

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaal- ja haridusteaduskond
Ühiskonnateaduste instituut

Pealkirja roll lugeja tähelepanu äratamisel

Postimees.ee näitel

Magistritöö

Autor: Helen Mihelson
Juhendaja: Marju Himma-Kadakas, MA

Tartu

2014

Sisukord

Sissejuhatus	4
1 Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad.....	6
1.1 Tasude ja tarvete lähenemine	6
1.2 Sõnumi vastuvõtt	8
1.3 Veebiajakirjanduse tarbimise eripärad.....	10
1.4 Pealkirja roll nn tähelepanu turul veebis.....	12
1.5 Varasemad uuringud	18
1.6 Uurimisküsimused	20
2 Metoodika.....	21
2.1 Kriitiline tekstianalüüs	21
2.2 Fookusgrupi intervjuu	21
2.3 Uurimuse protsessi kirjeldus	24
2.4 Meetodi kriitika.....	25
3 Tulemused	26
3.1 Pealkirjades kasutatavad tähelepanu äratamise võtted.....	26
3.2 Lugeja tähelepanu köitvad pealkirjad fookusgrupi arutelude põhjal	34
3.3 Pealkirja valiku mõjutajad	38
3.4 Pealkirja valikut mõjutavate tegurite erinevused vanusegruppides	46
4 Järeldused ja diskussioon.....	49
4.1 Järeldused.....	49
4.2 Diskussioon.....	53
Kokkuvõte	55
Summary.....	56
Kasutatud kirjandus	57
Lisad.	60
Lisa 2: ankeet	61
Lisa 3: pealkirjade valik 1. fookusgrupis	63
Lisa 4: pealkirjade valik 2. fookusgrupis	65

Lisa 5: pealkirjade valik 3. fookusgrupis	68
Lisa 6. Tähelepanu äratamise võtted pealkirjades.	71
Lisa 7. Esimese fookusgrupi transkriptsioon.	82
Lisa 8. Teise fookusgrupi transkriptsioon.....	93
Lisa 9. Kolmanda fookusgrupi transkriptsioon.....	98

Sissejuhatus

20. sajandi esimesel poolel alguse saanud massimeedia uuringud käsitlesid auditooriumit kui passiivset kogumit, keda meedia sai vastavalt vajadusele „ümber oma sõrme keerata“. Aja jooksul on meediauuringutes auditooriumit hakatud käsitlema mitte enam niivõrd passiivsena, vaid enda motiive ja vajadusi teadvustava ühikuna, kes teeb ka meediat tarbides valikuid enda vajaduste rahuldamiseks.

Nordenson (2008) märgib, et üha suuremas infovoos võistlevad kõik meediaorganisatsioonid inimese tähelepanu eest. Samas on aga auditooriumil üha keerulisem tähelepanu üheselt mallelegi suunata. Vajadus otsustada kuhu oma tähelepanu suunata ja kus seda hoida teeb veebiuudiste lugemise keeruliseks ülesandeks (Nordenson 2008). Ka ise olen ajakirjanikuna töötades tähele pannud, kuivõrd keeruline, ent samas oluline on uudiste pealkirjastamine veebis. Lugeja jaoks on niigi keeruline tohutus infokülluses orienteeruda ja seda enam peab ajakirjanik oskama pealkirja abil oma toodet n-ö müüa. Toote müümiseks kasutatakse erinevaid võtteid: sensatsioonilised hüüatused, metafoorid ja abstraktsus pealkirjas või ka näiteks lugeja otsene kõnetamine (Mihelson 2012).

Mille alusel aga teevad lugejad veebiuudiseid lugedes valikuid? Kuivõrd mängib selles erinevat tähelepanu äratamise võtetega pealkiri või valivad lugejad klõpsamiseks siiski pealkirja, mis nende endi isiklike vajadusi rahuldab? Käesolev magistritöö uurib, kuivõrd suurt rolli mängivad tähelepanu äratamise võtted pealkirja konstrueerimisel.

Ehkki võib eeldada, et tähelepanu köitvate artiklite valikul mängib suurt rolli ka veebiportaali esikülje kujundus, leidsin, et kuna artikli pealkirja asukoht ja suurus vahetuvad niivõrd tihti, mängib lugeja jaoks lõplikul valikul suuremat rolli siiski pealkiri. Seda leidis oma magistritöös ka Tiina Kaukvere. Nimelt selgus Kaukvere (2013) uurimuse tulemusena, et pealkirja sõnastusel on veebiväljaandes artiklit lugema kutsumisel väga oluline roll: pealkirja töid uuringus lugemisvaliku põhjusena välja 101-st inimesest 59, samas kui artikkel valiti huvipakkuva illustratsiooni pärast lugemiseks 25-l korral.

Käesoleva magistritöö eesmärk on vaadelda, millist rolli mängib uudise pealkiri veebis tasude ja tarvete lähenemisest lähtuvalt: mis on need põhjused, mille alusel lugeja veebiportaalides pealkirju valib ning täpselt millist rolli mängib selles pealkiri kui infofilter, mis lugejaid selle valiku tegemisel suunama ja abistama peaks.

Käesolev magistritöö jaguneb neljaks suuremaks osaks. Esimene osa annab ülevaate töö teoreetilistest lähtekohtadest. Sealhulgas vaatleb peatükk, mida kujutab endast tasude ja tarvete lähenemine ning kuidas suhestub see veebis pealkirjade valikuga; millised tegurid mõjutavad sõnumi valikut ja vastupidi – kuidas mõjutab sõnum vastuvõtjat. Esimese peatüki kolmas alaosa keskendub veebiajakirjanduse eripäradele ja eelkõige selekteerimisprotsessi olulisusele, millele järgneb pealkirjas tähelepanu äratavate tegurite ülevaade.

Seejärel annab töö ülevaate varem tehtud samateemalistest uuringutest, millele järgneb töö meetoodika ja uuringu protsessi kirjeldus. Tulemuste peatükis toon välja uurimuse olulisemad leiud koos iseloomustavate intervjuukatketega. Magistritöö võtab kokku järelduste ja diskussiooni peatükk, millele järgnevad nii eesti- kui inglisekeelne sisukokkuvõte, kasutatud allikate loetelu ning lisad.

Minu suurimad tänusõnad saab töö juhendaja Marju Himma-Kadakas, kes on mulle töö valmimisel igakülselt nõu ja jõuga abiks olnud. Samuti tänan Tartu Ülikooli Eesti ja Üldkeeleteaduse Instituudi vanemteadur Reet Kasikut, kes aitas mul kõla- ja kõnekujundite rägastikus orienteeruda.

1 Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Käesoleva magistritöö teoreetiliste lähtekohtade peatükk annab ülevaate püstitatud eemärgist lähtuvalt olulisematest teoreetilistest aluspunktidest. Esimeses alapeatükis on ülevaade sellest, mida kujutab endast tasude ja tarvete lähenemine. Sellele järgnev alapeatükk peatub retseptsiooni käsitlusel ning kirjeldab, millised tegurid ja kuidas mõjutavad sõnumi vastuvõtmist. Seejärel keskendub peatükk kitsamalt veebiajakirjandusele: millised on meediatarbimise eripärad veebis ning milline roll on lugeja tähelepanu võitmisel käesoleva magistritöö keskmes oleval pealkirjal. Sealjuures keskendub peatükk tähelepanu äratamisele nii uudisväärtuste aspektist kui ka keeleliste võtete aspektist. Peatüki lõpetab tagasisivaade varem tehtud samateemalistele uurimustele.

1.1 Tasude ja tarvete lähenemine

Tasude ja tarvete lähenemine sai meediauurimises alguse 1940. aastatel ning kerkis veelgi tugevamalt esile paarkümmend aastat hiljem. Enne, kui lähenemine laialdaseks muutus, käsitlesid massimeedia uurijad auditooriumit kui passiivset sõnumi vastuvõtjat, kuid tasude ja tarvete lähenemises vaadeldakse auditooriumit aktiivsena (Katz et al 1973-74). Ka veebimeedia auditooriumit tuleb vaadelda aktiivsena: lugeja ei ole passiivne sisutarbija, vaid peab valima suure hulga pealkirjade seast need, mis teda köidavad ning tema huvidele, soovidele ja vajadustele vastavad. Pealkiri töötab veebis kui „infofilter“ ning viis, kuidas see on esitatud, mõjutab otseselt ka seda, kas lugeja tunneb vajadust sel klõpsata või mitte.

Lisaks aktiivsele mõtlevale auditooriumile, toovad Katz, Blumler ja Gurevitch (1973-74) välja veel neli omadust, mis tasude ja tarvete lähenemisele iseloomulikud on:

- 1) Massikommunikatsiooniprotsessis otsustab enamjaolt auditooriumi liige selle, milline meediavalik tagab suurima kasu;
- 2) Meedia võistleb auditooriumi tähelepanu püüdmisel teiste rahuldust pakkuvate allikatega;
- 3) Auditooriumi liikmed teadvustavad endale oma motive, huvisid ja vajadusi;
- 4) Kõrvale tuleb visata väärtushinnangud, mis on seotud massikommunikatsiooni kultuurilise tähendusega, sest tasude ja tarvete kontseptsioonist lähtuvalt teeb auditoorium oma valikud personaalse kasu saavutamiseks ise (Katz et al 1973-74: 511).

Tasude ja tarvete kontseptsiooni keskmeks on seega inimene, kes kasutab kommunikatsiooni sarnaselt teistele võimalikele vahenditele oma vajaduste rahuldamiseks ja eesmärkide täitmiseks (Katz 1973-74). Samuti valib auditooriumi liige selles lähenemises kindla meediasisu kindla vajaduse rahuldamiseks. Need vajadused sõltuvad indiviidi vanusest, soost, suhtestaatusest, grupikuuluvusest ja isiklikest huvidest (Balnaves et al 2009: 69). Seda, millist rolli mängib ka veebis pealkirjade valikul lugeja taust, käsitleb käesoleva magistritöö tulemuste peatükk.

Üks varasemaid uuringuid, mis jõudis järeldusele, et auditoorium tarbib meediat oma isiklike vajaduste rahuldamiseks, oli Blumleri ja McQuaili 1969. aasta uurimus „Television in politics“, milles leiti, et Briti valijad kasutasid meediat saamaks juhiseid ja infot, kuidas ja keda valida. Infot otsiti selleks, et saada kinnitust, et nende juba tehtud valik on õige (Balnaves et al 2009: 68). See erines suuresti varasematest käsitlustest (Lasswell), mille järgi oli massimeedia valitseva klassi jaoks vahend, millega propagandat levitada ning mille auditoorium vastu võttis. Ka oma bakalaureusetöös (Mihelson 2012) leidsin, et Blumleri ja McQuaili järeldused on omal kohal ka veebiajakirjanduse analüüsis, sest uuringus osalenud lugejad põhjendasid oma meediatarbimist just nimelt kasuliku info otsimisega.

Tasude ja tarvete lähenemises on kommunikatsioon „tehing“ – mõlemad pooled pakuvad ja võtavad kommunikatsiooniprotsessis võrdväärselt. Kuigi meedia pakub inimestele laias ulatuses sisu, sõltub see, kui palju individ seda tarbib, eelkõige sellest, kui väga ja miks inimene seda vajab (Balnaves et al 2009: 69). Autorid toovad välja, et meedia mõju on kõige suurem siis, kui indiviidi eesmärk selle lugemiseks, kuulamiseks või vaatamiseks on vastavuses valitud meediumi motiiviga seda levitada. Kui aga meediasõnumi ja indiviidi motiivid pole omavahel vastavuses, on väga väike võimalus, et see sõnum indiviidile ka mingit mõju avaldab (Balnaves et al 2009: 69). Tasude ja tarvete lähenemine näeb seega ette, et auditoorium saab meedialt täpselt seda, mida tahab.

Sarnasele järeldusele, et lugeja tarbib ka veebiajakirjandust täpselt nii palju, kui ta vajab, jõudsin ka oma bakalaureusetöös (2012). Samas aga tuligi toonases analüüsis esile pealkirja olulisus – kui pealkiri on sõnastatud nii, et lugeja tunneb, et ta vajab pealkirja taga olevat sisu enda heaolu tarbeks, aga artiklit avades selgub, et sisu ja pealkiri pole kooskõlas, on ta pettunud, sest ta poleks seda muidu avanud. Pealkiri on lugeja jaoks veebis info selekteerimiseks seega väga oluline vahend.

1.2 Sõnumi vastuvõtt

20. sajandil liikus auditooriumi käsitus veel sammu edasi ning kujunes välja retseptsiooniteooria, mille üks suurimaid pooldajad oli Stuart Hall. Ruddock (2001:123) toob välja, et Stuart Halli kodeerimise/dekodeerimise mudel oli auditooriumi uuringutes märgilise tähtsusega, sest see sidus kokku erinevad teemad, nagu näiteks interpretatsioonid, ideoloogiad, semiootika ja mis kõige tähtsam – kuidas mõjutavad kõik need seda, kuidas auditooriumit analüüsida.

Kuigi Halli mudel ei erine suuresti ka Lasswelli (1948) kommunikatsioonimudelist, st on ikkagi kommunikaator ja vastuvõtja, liikus Hall tehnilisest analüüsist semiootilise poole. Halli (1980) käsitluses edastab massimeedia auditooriumile sõnumeid, mida auditooriumi liige sõltuvalt kultuurilisest taustast ja isiklikest kogemustest dekodeerivad. Hall lähtub oma kodeerimise/dekodeerimise mudelis samuti eeldusest, et auditoorium esineb kommunikatsiooniprotsessis pigem aktiivsena. Seega, Halli käsitluses sõltub meedia mõju sõnumi vastuvõtja enda interpretatsioonist (Alasuutari 1999: 3).

See, kuidas auditoorium sõnumit dekodeerib sõltub suuresti tõlgendaja positsioonist (Hall 1980). Neid positsioone on Halli mudelis kolm: 1) tõlgendaja mõistab kodeeritud teksti ning nõustub ja dekodeerib seda samamoodi; 2) tõlgendaja nõustub kodeeritud tekstiga osaliselt, kuid tõlgendajas tekkinud vastupanu võib dekodeerimise käigus muuta sõnumit vastavalt tõlgendaja kogemustele ja grupikuuluvusele, 3) tõlgendaja ei nõustu kodeeritud sõnumiga ja dekodeerib sõnumit teisiti. Ka oma uuringus analüüsib autor pealkirjade retseptsiooni lugejate hulgas, sealhulgas ka seda, kuidas lugejad pealkirja mõistavad ja enda jaoks dekodeerivad.

Sõnumi valiku tegurid

Meediavaliku mõjutegurid saab jagada kaheks: auditooriumipoolsed ja meediapoolsed tegurid (McQuail 2003). Lauristin ja Vihalemm (1977: 45) toovad välja, et üks olulisemaid tegureid, mis ajendab inimest meediat tarbima, on vajadus olla informeeritud – see aitab inimesel saavutada tunnet et ta on „eluga kursis“, samuti loob see osavõtutunde kõigest, mis toimub nii lähemal kui kaugemal. Meediakanalite pikaajalisel kasutamisel ilmnevad ka püsivad isiksuslikud ajendid, mis on seotud inimese sotsiaalse ja kultuurilise arengu tasemega, elukogemusega ja tema tegevuste laadiga. Seeläbi kujuneb välja kindel vajaduste kompleks, mida ajakirjandus konkreetse vastuvõtja tüübi jaoks rahuldab (Lauristin & Vihalemm 1977:46). Samas aga märgivad autorid, et teatud olukorras võib teate valiku põhjuseks olla juhuslikud motiivid või oleneda inimese momendiseisundist.

Seda, kuidas inimesed massimeediasüsteemi kasutavad, võivad oluliselt mõjutada muutused üldises ühiskondlikus olukorras, eriti ühiskonna astuimine murrangulise arengujärku – inimesed otsivad siis rohkem teavet ja püüavad selle alusel kujundada oma arusaamasid, tõekspidamisi (Lauristin & Vihalemm 1977: 47). Käesoleva magistritöö empiirilise andmestiku moodustavas pealkirjade valimi moodustas suures osas Ukraina kriisiga seonduvad sündmused. Kas ja kuidas mõjutas muutunud julgeolekuolukord lugejate põhjuseid veebiuudiste pealkirjade valimisel, käsitleb töö analüüsiosa.

Ent sõnumi valikut ei mõjuta ainult vastuvõtja-poolsed tegurid, vaid ka sõnumi enda iseärasused. Lauristin ja Vihalemm (1977:54-55) toovad välja näiteks teate ühiskondliku olulisuse, aktuaalsuse, ebatavalisuse, uudsuse ja mitmekülguse. Analüüsides, millel on inimese jaoks sõnumi valimisel kõige suurem roll, oletavad autorid, et kõige suurem osatähtsus on sõnumi teemal (millest räägitakse?), seejärel lähenemisviis (mis aspektist?) ning siis esitusviis (milliste võtete ja vahendite abil sõnumit edastatakse?).

Ka antud magistritöö probleemipüstitusest lähtuvalt on oluline tuua välja, millised tegurid ajendavad lugejat mingit kindlat sõnumit - ehk veebiuudise pealkirja - tarbima. Kui eelnevalt väljatoodud autorid käsitlesid eelkõige trükimeedia ning raadio ja televisiooni tarbimist ajendavaid tegureid, mängivad need sama suurt, kui mitte suurematki rolli veebis pealkirjade valimisel. Võrreldes ajalehega on veebiportaal isegi üheaegselt esitatud suuremas koguses sõnumeid ning seetõttu võib oletada, et teguritel on lugeja jaoks veelgi märkimisväärsem roll.

Sõnumi mõju tegurid

Kuigi suhtluse eesmärgiks peetakse üldiselt info vahetamist, on eesmärgiks ka edastatud sõnumi abil vastuvõtja mõtlemist, suhtumist ja tegevust mõjutada (Kasik 2007:93). Kasik (ibid.) toob välja, et ei autor ega lugeja esine suhtlussituatsiooni n-ö puhta lehena, vaid kummalgi on teadmised, seosed ja suhted, millega tuleb arvestada. Mõlema situatsiooni moodustavad tema taust ja teadmised, autoril eesmärgid ja lugejal huvid.

Kommunikatiivse mõjustamine on tegevus, millel on teadvustatud eesmärk. See eesmärk saavutatakse kommunikatiivsete vahenditega ja teadete kaudu ning vastuvõtjal on kogu protsessi jooksul valikuvabadus (Vihalemm 2010). Meedia puhul on täna oluline saavutada auditooriumi tähelepanu ning seeläbi ongi teate edastaja jaoks kujunenud põhiküsimuseks, kuidas seda tähelepanu võita. Kasik (2008) märgib, et sõnumi edastaja peab tekstis kasutama niisuguseid väljendeid, mis langevad kokku lugeja teadmiste ja arusaamistega - sellega

arvestamine on eelduseks, et lugeja viitsib sõnumi vastuvõtmisega vaeva näha. Ka Lauristin ja Vihalemm (1977: 57) märgivad, et mida suurem on teate psühholoogiline lähedus vastuvõtja igapäevasele pratilisele elukogemusele, seda soodsamaks kujuneb teate vastuvõtt ja seeläbi kujuneb suuremaks ka teate mõju.

Lauristin ja Vihalemm (1977) rõhutavad, et sõnumi mõju ei olene üksnes selle valikust, vaid sama oluline on see, kuidas sõnumist aru saadakse ja kuidas seda hinnatakse. Sõnumi mõju kujunemisel eristatakse kolme etappi:

- 1) Eelkommunikatiivne etapp: teadete valik vastuvõtuks, häälestuse kujunemine;
- 2) Kommunikatiivne etapp: teadete sisust ja mõttest arusaamine, tähendussisu ratsionaalne analüüs, tähendussisu emotsionaalne analüüs, hinnang teate olulisusele;
- 3) järelkommunikatiivne etapp: hetkemõju avaldumine käitumises, hetkemõju kinnistumine (Vihalemm 2010).

Käesoleva uurimuse seisukohast on võtmemoment just hinnang teate olulisusele – hetk, mil lugeja otsustab, kas pealkiri on tema tähelepanu piisavalt äratanud, nii et ta sellel klõpsata sooviks. Seetõttu ongi oluline uurida, millised tegurid lugejat selle otsuseni jõudmisel mõjutavad, olgu need siis sõnumi enda eripärad või lugeja isiklikud mõjutajad, mis on seotud tema tausta ning kogemustega.

Kasik toob lisaks välja vastuvõtja relevantsuse põhimõtte, mis tähendab kõige lihtsamalt öeldes lugeja huvide ja taseme arvestamist - sõnum peab sisaldama selliseid asju, mis lugejat huvitavad. Kuna iga suhtleja lähtub eelkõige enda vajadustest ja eemärkidest, siis tuleb tal seostada need vajadused paratamatult ka lugeja huvidega, muidu pole mõjutamine tõenäoline (Kasik 2007).

1.3 Veebiajakirjanduse tarbimise eripärad

McQuail (2003) märgib, et auditooriumi aktiivsuse analüüsimisel saab vaadelda selektiivsust, praktilisust, mõjule vastupanekut ja kaasahaaratust. McQuail toob välja, et on mitu seisukohta mida neist viimase ehk kaasahaaratuse all mõelda ja kuidas seda mõõta, kuid näiteks Levy ja Windahl (1985 McQuail 2003: 341 kaudu) märkisid, et et aktiivsuse erinevad aspektid võivad olla seotud eelnevate ootuste ja valikuga, aktiivse vastuvõtu käigus või ajaga pärast seda. McQuail märgib lisaks, et mõjule vastupaneku osas tähendab aktiivsus seda, et auditooriumi

liikmed piiravad ise soovimatut mõju ning teeb seda lähtudes ainult isiklikust maitsest, säilitades seeläbi kontrolli kanali ja sisu valiku üle.

Ka mõjule vastupanek käib mingil määral tasude ja tarvete lähenemise juurde. Samamoodi ka praktilisuse tegur, mida McQuail samuti vaatleb ühe aktiivsuse näitajana. Nimelt kehastab tema käsitluses (McQuail 2003: 340) auditoorium praktilisusest lähtudes omakasu taotleva tarbija huve ning meedia tarbimine rahuldab rohkem või vähem teadvustatud vajadust, täpselt nagu ka tasude ja tarvete lähenemises. Samas aga toob ta välja, et definitsiooni järgi vähendab see selektiivsust, kui need kaks ei pruugi olla omavahel seotud.

Auditoorium on seda aktiivsem, mida rohkem ta valib ja erinevate kanalite ning meediasisu vahel vahet teeb (McQuail 2003: 340). Tewksbury (2003: 707) leidis inimeste lugemiseelistusi veebis uurides, et veebiuudiste formaat võimaldab inimestel jälgida asju, mis neid huvitavad, mitte nii väga päevakajalist poliitikat. Seda, et poliitika ei paku veebis lugejatele niivõrd suurt huvi kui paberajalehest lugedes, leidis Tewksbury samuti oma uuringus. Samuti leidis ta, et lugejad ei oma veebis just suurt huvide ringi ning keskenduvad vaid ühele teemale korraga. Tewksbury (2003: 707) jõudis järeldusele, et see ühtib veebi eripäradega, mis võimaldavad inimesel valida lugemiseks täpselt seda, mida ta soovib ja jätta kõik muu ebahuvitav kõrvale.

Schumacher ja Bucher (2006) püstitasid tasude ja tarvete lähenemisest lähtuvalt veebis info selekteerimist uurides küsimuse, kas veebiuudiseid lugedes on tähelepanu vabatahtlik või sunnitud ehk kas tähelepanu köitja on sõltuv sõnumi vastuvõtja huvidest ja taustast või on see pigem meediapoolne ehk tähelepanu köidab silmapaistev ja esiletõstetu. Ka oma bakalaureusetöös (Mihelson 2012) leidsin, et pealkiri kui „pakend“ peab köitma lugeja tähelepanu niivõrd, et lugeja saaks aru, et just selle pealkirja taga peituv artikkel aitab tema vajadusi täita. Schumacher ja Bucher (2006: 357) leidsid, et kuigi veebiportaali kujunduselementidel on selektsiooniprotsessis oma roll, on meediakasutajatel veebis uudiseid lugedes siiski strateegiline kontroll info selekteerimise üle.

Alter *et al* (2005: 298) toovad välja, et informatsiooni selekteerimise osas töötavad veebis suures osas samad tegurid kui paberväljaandes, ehkki veebis on info selekteerimise protsess veidi mugavam, ent samas olulisem, kuna valik tuleb teha suurema hulga materjali vahel. Varasemad uuringud (Knobloch *et al* 2003) on näidanud, et foto köidab lugejat veebis ja paberil sarnaselt. Samas võimaldab veeb teisigi võimalusi, kuidas lugejat köita, näiteks pealkiri portaali esiküljel. Alter *et al* (2005:298) märgivad, et tarbijad saavad väga vähe

informatsiooni, miline pealkirja taga olevatest lugudest omab uudistetoimetaja silmis suuremat rolli. Ka Schumacher ja Bucher (2006) leidsid auditooriumi veebiportaali lugemisharjumusi uurides, et portaali kujundus mängib lugeja tähelepanu püüdmises väga suurt rolli.

Kaukvere (2013) leidis oma magistritöös, et olenemata sellest, kas väljaannet loetakse paberil või veebis, on pealkirja sõnastusel artiklit lugema kutsumisel väga oluline roll. Hennoste (2008: 31) toob välja, et pealkiri peab andma lugejale uudise resümee, meelitama teda lugema ja osutama kõige olulisemale infole loos. Samuti märgib ta, et pealkiri peab olema nii täpne ja selge, et pole vaja lugu lugeda, et saada aru, mida loos ja pealkirjas öelda tahetakse. Samas aga selgus bakalaureusetöös, et kui pealkiri on liiga täpne ega jäta midagi varjatuks, ei kõida see lugeja tähelepanu (Mihelson 2012).

1.4 Pealkirja roll nn tähelepanu turul veebis

Nagu Katz, Blumler ja Gurevitch 1973. aastal juba välja tõid, võistleb meedia auditooriumi tähelepanu püüdmisel teiste rahuldust pakkuvate allikatega. Käesoleva magistritöö kontekstis on aga oluline vaadelda, kuidas võistlevad lugeja tähelepanu püüdmise eest omavahel pealkirjad veebis.

Nordenson (2008) märgib, et tõdemus, et meediatarbijad on infoühiskonnas uudiste ülekülluses, ei tule enam kellelegi üllatusena. Nordensoni hinnangul on tänasel päeval veebimeedia üks suuremaid probleeme ühtse majandusliku tugipunkti puudumine. Selle asemel, et teha tarbijale olukord keerulisemaks tootes üha enam uudiseühikuid, peaksid sisuloojad küsima, kuidas inimesed informatsiooni töötlevad ning kust jookseb piir, et meedia saaks täita oma kriitilist rolli auditooriumi teavitamisel, ent samas jääda majanduslikult ellu (Nordenson 2008)?

Tähelepanu turg (*attention economy*) mõiste aitab iseloomustada seda, kuidas võidelda lugeja tähelepanu eest olukorras, kus informatsiooni on küllaga, ent lugeja ei suuda kogu informatsiooni töödelda (Nordenson 2008).

Käesoleva magistritöö probleemipüstitusest lähtuvalt on oluline välja selgitada, milliste võtete abil pealkirja lugeja jaoks atraktiivseks muuta. Selleks, et sõnum lugeja tähelepanu ärataks, tuleb kõik sõnumi tugevad küljed selle välises vormis esile tuua (Vihalemm 2010). Seda saab teha nii teema ja lähenemisviisi, sõnaliste ja visuaalsete võtete läbi (Vihalemm 2010). Kuna käesoleva magistritöö keskmes on artikli pealkiri veebis, keskendub töö neist esimesele

kahele. Lähenemisviisi ja teema all saab vaadelda näiteks psühholoogilist lähedust, aktuaalsust, personaalsust ja konfliktsust; sõnaliste võtete all kõitvat sõnastust, sealhulgas metafooride, sõnamängude, tsitaatide alg- ja lõppriimi kasutamist (Vihalemm 2010).

Hennoste (2010) märgib, et kui klassikaline paberlehe lugemine on suuresti sirvimine, mille jooksul inimese pilgu alt käib läbi suurem osa leheküljel olevaid lugusid, siis veebiajakirjanduses on portaal eeskätt n-ö klikileht, mis tähendab seda, et lugeja silma eest mööduvad lehekülge rullides pealkirjad, mis peavad teda mõjutama niivõrd, et ta nende lugude peal klõpsaks. See tähendab vajadust pakkuda lugusid nii, et lugeja sellel igal juhul klõpsaks ning Hennoste hinnangul on võidujooks klõpsude järele kõige enam mõjutanud pealkirju.

Uudisväärtus tähelepanu äratajana

Oma rolli lugeja tähelepanu püüdmisel mängivad uudisväärtused. Uudisväärtuste kontseptsioonile pani alguse Walter Lippmann 1922. aastal, mil ta uuris avaliku arvamuse kujunemist ning seostas seda esmakordselt uudisväärtuste kriteeriumitega. Aja jooksul on käsitus uudisväärtustest muutunud ja niisamuti käsitlevad erinevad lähenemised neid erinevalt. Näiteks leidsid Galtung ja Ruge (1973 Brighton & Foy 2007: 7 kaudu), et ajakirjanike jaoks on uudisväärtused järgmised: tähtsus, õigeaegsus, lihtsustus, ennustatavus, ootamatus, jätkuvus, vastavus meediumile, eliitsed inimesed, eliitsed rahvad, negatiivsus.

Eesti ajakirjanduspraktikas lähtutakse eelkõige Tiit Hennoste (2008: 29) kirjapandud uudisväärtustest, mis näeb ette, et ajakirjanikud lähtuvad sündmuse valikul esmalt selle väärtusest, mille taustaks on arusaam, et uudised on mõeldud lugejatele ja peavad vastama neile küsimustele, mis lugejatel tekivad. Hennoste toob välja, et kriteeriumid, mille põhjal ajakirjanik tavaliselt valib, kui väärtuslik võib uudis olla, on järgmised: mõjukus, ebatavalisus, prominendid, konflikt, lähedus, värskus.

Shoemaker (2006: 108) toob välja, et demokraatlikus ühiskonnas ei ole uudiseid tootva meedia roll peegeldada maailma sellisena, nagu ta on, vaid pöörata tähelepanu neile asjadele, mis vajavad lahendust. Seetõttu domineerivad pigem negatiivsed probleemsed uudised ning positiivsed ja tavapärased uudised ei olegi enam uudised.

Galtung & Ruge (1965)	Schulz (1976)	Staab (1990)	Eilders (1997)	Ruhrmann et al (2003)
Elitaarsed rahvused	Rahvuskeskus (rahvuslik eliit) Uus: regionaalsentrilisus	Eliitrahvus Eliitregioon	- Elitaarne asukoht	Eliitrahvus Elitaarne asukoht
Olulisus: Kultuuriline lähedus Etnotsentrism	Geograafiline lähedus Poliitiline lähedus Kultuuriline lähedus Etnotsentrism	Geograafiline lähedus Poliitiline lähedus Kultuuriline lähedus Uus: majanduslik lähedus	-	Saksamaa kaasatus Geograafiline lähedus Poliitiline lähedus Kultuuriline lähedus Majanduslik lähedus
Sagedus/jätkuvus	Sagedus/jätkuvus	Jätkuvus Teemale viitamine	Jätkuvus	Jätkuvus
Mõju	Isiklik mõju Prominentsus	Institutsionaalne mõju Isiklik mõju Prominentsus	Mõju Prominentsus	Mõju Prominentsus
Personifitseeritus	Personifitseeritus	Personifitseeritus	Personifitseeritus	Personifitseeritus
		Uus: faktilisus (SCHULZ (1976) kombineeritud) kategooria)	Faktilisus	Faktilisus
Olulisus: Relevantsus	Relevantsus	Ulatus	Ulatus	Ulatus
Üllatus: 1. ootamatus 2. ebatavalisus	Ootamatus	Ootamatus	Ootamatus	Ootamatus
	Uus: Edukus	Tegelik kasu/edukus Potentsiaalne kasu/edukus	Edukus	Kasu/edukus
Negatiivsus Olulisus	Kahju (tagajärg)	Tegelik kahju/ebaõnnestumine Potentsiaalne kahju/ebaõnnestumine	Kahju	Kahju/ebaõnnestumine
Negatiivsus Olulisus	Konflikt Korrarikumine	Vastuolulisus Agressioon	Vastuolulisus	Vastuolulisus Demonstratsioon
		Demonstratsioon		
			Emotsioonid Uus: seksuaalsus/erootika	Emotsioonide illustreerimine Seksuaalsus/erootika
				Uus: visuaalsus
<i>Mittejätkatud uudisfaktorid</i>				
Mitmetimõistetavus	Struktuur			
Lävi				
Konsonants				
Kompositsioon/ variatsioon				

Tabel 1. Uudisfaktorite kataloogid valitud uurimustes Eildersi (1997) ja Ruhrmann jt. (2003) järgi (Eilders, 2006). Eestindanud Karin Kase (2011).

Nagu eelnev ülevaade ka näitab, on palju uuritud seda, mis on ajakirjanike jaoks uudisväärtuslik. Seda, mis on auditooriumi jaoks uudisväärtuslik, on käsitletud märksa vähem. Schwarz (2005) leidis kahe erineva ühiskonna, Saksamaa ja Mehhiko, uudistevalikut analüüsides, et uudisväärtused ei ela tingimata oma elu ning võivad seguneda. Kui näiteks üht lugejat tõmbab ühe uudise puhul geograafiline lähedus, siis teisest kultuurist lugeja võib teha valiku hoopis sellel alusel, et mainitu on tema jaoks uus ja kaugel. Sellel, millised uudisväärtused märgivad lugeja jaoks pealkirja valikul rolli, keskendub käesoleva magistr töö tulemuste peatükk.

Keeleline kujund tähelepanu äratajana

Kuigi üldiselt peetakse suhtluse eesmärgiks info vahetamist, on eesmärgiks ka edastatud sõnumi abil vastuvõtja mõtlemist, suhtumist ja tegevust mõjutada (Kasik 2007: 93). Selleks, et lugejat veebis uudisel klõpsama saada, tuleb teda mõjutada niivõrd, et ta selle otsuse teeks. Kuigi veebileheküljel on mõjutajaid teisigi, näiteks pildid, teksti suurus ja värv ning selle asukoht, on käesoleva magistr töö keskmes justnimelt pealkiri. Seda seetõttu, et kuna veebiportaali kiirusest tulenevalt muutuvad muud tegurid väga kiiresti, on pealkiri ainus püsiv „pakend“, mille alusel lugeja valib, kas sellel klõpsata või mitte. Seetõttu vaatleb magistr töö, kuidas edastatud sõnum ehk antud juhul veebiuudise pealkiri mõjutab eelnimetatud eesmärkidest just lugeja tegevust ehk pealkirjal klõpsamist.

Kasik (2007: 95) märgib lisaks, et üks otsesemaid mõjutuvahendeid on leksikaalsed valikud ehk sõnad, mis tekitavad vastuvõtjas mingisuguseid konnotatsioone. Käesolev magistr töö vaatleb selliseid veebiuudistes kasutatavaid mõjutusvahendeid nagu kõlakujundid, sealhulgas alliteratsioon ja assonants, ning kõnekujundid. Viimaste all käsitleb töö analüüsiosa kitsamalt metafooride ning selle alaliikide kasutamist, võrdlust, ülivõrdelisust, vastandust, epiteete ja kirjavahemärkide kasutamist – vaadeldes lähemalt seda, kuidas võimaldab nende kasutamine luua intertekstuaalsust.

Sõnum ei pääse mõjule ainuüksi sisu, vaid ka kõla vahendusel (Laugaste 1986). Algriimi leidumine on väga tavapärane rahvaluules, sest nii eristub tekst paremini tavakõnest, kuna jääb paremini meelde ja mõjub intensiivsemalt ja kaasakiskavamalt ning seob tähelepanu (Laugaste 1986, Sarv 2003).

Ent kõlakujundid ei pääse mõjule vaid rahvaluules, vaid käesoleva magistr töö eesmärk on vaadelda, kui palju esineb seda veebiuudiste pealkirjas. Enimkasutatavad kõlakujundid on

assonants ehk vokaalide samasus ja **alliteratsioon**. Neist viimast on eri autorite poolt käsitletud erinevalt lähtuvalt sellest, kas alliteratsiooniks peetakse häälikute kokkukõla vaid sõna alguses või pearõhulises silbis, nii et sõna algushäälikud on erinevad. Käesolev uurimus lähtub Laugaste regilaulukäsitlest, mis näeb ette, et alliteratsioon on konsonantide samasus ja erinevate vokaalide koosesinemine (Laugaste 1986: 200). Sealjuures on võimalik eristada kahte tüüpi alliteratsiooni:

- 1) kakskõlariim, kus üksteisele järgneb sama konsonant koos sellele järgneva sama vokaaliga sõna algul või sama vokaal on sõna algul;
- 2) ükskõlariim, milles on sõnade algul kas sama konsonant, sama vokaal eri konsonandi järel või sõnad algavad eri vokaaliga, mida nimetatakse ka nn. nullalliteratsiooniks (Laugaste 1986: 201).

Laugaste (1986: 200) toob lisaks välja alliteratsiooni omadused:

- 1) annab heakõla;
- 2) seob sõnu tihedamini omavahel;
- 3) mõjutab sõnumi struktuuri;
- 4) on oluline faktor stiili kujunemisel. McDaniel (2014) on uudise pealkirja n-ö 10 käsu sõnastamisel samuti alliteratsiooni olulisust rõhutanud. Ta toob välja, et alliteratsioon ei ole vaid kaval sõnamäng, vaid on teaduslikult tõestatud, et see suurendab meeldejäävust.

Kõlakujunditest on käesolevas töö fookuses veel **onomatopöa** ehk loomade ja lindude häälightsustele ja eltutele esemetele sõnalise sisu andmine ja nende helide matkmine ning **kalambuuri**, mis tähendab tähenduselt erinevate, ent kõlalt sarnaste sõnade kokkuviimist (Laugaste 1986: 186, 202). Neid kahte kõlalist kujundit kasutatakse palju rahvaluules ja – lauludes, kuid käesoleva magistritöö valimisse mahtunud pealkirjad neid kujundeid ei sisaldanud.

Kasik (2007) toob välja, et koos klassikalise retoorikaga arenes ka analüüs kõnekujundite kasutamisest tekstis, millega üritati sõnumi vastuvõtja poolehoidu võita või huvi äratada. Kõnekujundid annavad tekstile juurde vaheldusrikkust ning muudavad selle tihtipeale läbi erinevate sõnamängude mitmetähenduslikuks (Kidron 2010). **Epiteet** on põhisõna lisatav poeetiline täiend, enamasti omadussõna näol. Laugaste (1986: 192) toob Tomaševskile ja

Vesselovskile tuginedes välja, et epiteet määratleb sõna tähendust, andes sellele uue varjund või tugevdab ja ja rõhutab sõna mõnda iseloomulikku omadust. **Võrdlus** on ühe nähtuse kõrvutamine teisega, tundmatu kõrvutamine tuntuga. Võrdluses esinevad võrreldav ja teine pool ning nende kahe vahel on võrdlussõnad *kui* või *nagu*, märgib Eesti rahvaluulet uurinud Laugaste (1986: 188). Baran (2003) märgib, et võrdlustena käsitletakse sõna laiemas mõttes eriilmelisi väljendeid. Samas aga toovad autorid (Laugaste, Baran) välja, et selleks, et võrdlus töötaks ja sõnumi vastuvõtja sellest selge ettekujutuse saaks, peab võrdlusalus olema tuttav. Samuti on mõjutamise kohapeal oluline märkida, et sõnumi koostaja valib võrdlusaluse eelkõige suhtumise väljendamiseks ning käsitletavale teemale vastavalt. Kõige tavapärasemalt moodustub **superlatiiv ehk ülivõrdelisus** sõna kõige abil, ent Soome eeskujul kasutatakse täna ka eesti kirjakeeles im-lõpulist superlatiivi (Peegel 2006:130-131).

Metafoor on ühele objektile kuuluva omaduse ülekanne teisele; ülekanne sarnasuse alusel. Nii on mõiste pandud teise funktsioone, ehkki nende mõistete vahel sisulist sidet pole Kasik (2003) märgib, et grammatiline metafoor on osa tekstistrateegiast: metafooride abil võidakse üldistada ja abstraherida väljendusi, tematiseerida tegevusi ja omadusi. Samuti võimaldab metafoor keelekasutuse abil abstraktseid mõisteid kõrvutada või samastada konkreetsematega, mis on inimesele juba tuttavad (Eesti keele käsiraamat). Siit tuleb aga välja metafooride põhiprobleem tänapäeva ajakirjanduses, kuid mida on ka rahvaluules käsitletud Laugaste (1986: 190), kes toob välja, et kuigi metafooride valik on mitmekesine, on uudsust ja ainukordust taotleval neis vähe ning enamik neist on stereotüüpsed. Seda võib veebiajakirjanduse kontekstis selgitada nii, et kulunud metafoor tekitab lugejas teatud konnotatsioone, mille olulisust on välja toonud teiste hulgas Reet Kasik, ning on seetõttu kindel valik.

Käesolevas magistritöös vaadeldakse eraldi selliseid metafoori alaliike kui metonüümia, isikustamine ja fraseologismid. Personifikatsioon ehk **isikustamine** on üks metafoori eriliikidest, milles antakse elusolendite tegevus üle loodusnähtustele või elutuile esemeile. Samuti käib isikustamise alla abstraktsete mõistete, nagu näiteks surm või uni, kujutamine esemelistena (Laugaste 1986: 191). **Metonüümia** on ümbernimetamine ehk ühe sõna asendamine teisega, mis seisab esimesega kuidagi otseses suhtes või kontaktis, kas siis ajalises, ruumilises mõttes, või moodustab osa sellest (ibid.). Krikmann (2003: 118) toob välja, et kui metafoori mõistetakse kui projektiivset operatsiooni kahe erineva skeemi vahel, siis metonüümia on operatsioon ühe skeemi piires. **Fraseologism** on kujundlik iseloomustus,

mis on küll metafoorne, kuid niivõrd laialdaselt kasutatav, et kasutatakse igapäevaselt ka kõnekeeles (Laugaste 1986).

Tähelepanu äratamiseks kasutatakse uudislugude pealkirjades tihtilugu ka erinevaid kirjavahemärke. Allikale viidates koolonit, teda tsiteerides jutumärke, aga ka punkte, komasid ja küsi- ning hüüumärke. Kirjavahemärkide kasutamine võimaldab liigendada teksti, antud käsitluses pealkirja, kindlateks osadeks ning seejärel teatud osa rõhutada. Tänapäeva ajakirjanduspraktikas võimaldab kirjavahemärkide, eelkõige kooloni kasutamine tuua pealkirjas sisse viited. Tähelepanu aitab äratada näiteks intertekstuaalsuse kasutamine ehk eri häälte segumine. Kasik (2008: 55) toob välja, et see, et uudiseid pannakse kokku eri allikatest saadud informatsioonist ja sõna antakse paljudele inimestele, on pigem reegel kui erand. Pealkirjas viite kasutamine võimaldab tekitada lugejas konnotatsioone, ta näeb pealkirjas midagi tuttavat ja saab aru, millele viidatakse. Seetõttu äratav lugejale tuttava viite kasutamine pealkirjas samuti tähelepanu.

Tähelepanu äratamisel mõjuvad retooriliste võtetena ka verbide kasutamine. Hennoste (2008: 302) juhib tähelepanu, et pealkirjadega ülepakkumine on viimase aja eesti ajakirjanduses põhiprobleem. Selleks kasutatakse liiga tugevaid verbe, mis jätavad mulje hiigelsündmusest või pakuvad kindlana ebakindlat, kahtlast fakti. Samas omab erinevaid tähendusi verbi puudumine. Kolmandana saab verbide kasutamise juures vaadelda tegija umbisikustamist. Hennoste (2008) peab umbisikulise tegumoe kasutamist üheks põhiveaks pealkirjade kirjutamisel – see udustab tegija ja pakub passiivsust tegevuses. Kasiku (2008) hinnangul võivad selle taga olevad põhjused olla ideoloogilised: selle kaudu saab võimalikuks tegija, vastutava agendi taandamine olematuks, näiteks juhul kui tegija vastutust ei taheta välja tuua. Kui aga tegija üldse puudub, on võimalik näha selliseid valikuid ideoloogiliste tähendustena: grammatiliste vahenditega muudetakse sõnum olukorrakirjelduseks või seisundiks, mislääbi muutub sõnum passiivseks (Kasik 2008).

1.5 Varasemad uuringud

Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudis (endise nimega ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudis) on veebiajakirjanduse lugemispraktikaid uurinud Kadri Palta-Kivi (2011) ja Ann Hiiemaa (2010) ning trükiväljaande ja veebimeedia lugemise eripärasid Tiina Kaukvere (2013). Näiteks leidis Hiiemaa oma bakalaureusetöös õpetajakoolitut läbivate tudengite käitumismustrit Postimehe veebiväljaandes uurides, et uudisteportaali liikudes ei tehta praktiliselt üldse teadlikke valikuid. Reeglina ei osata põhjendada, mille alusel uudiseid

valitakse. Peamiselt põhjendatakse seda huviga antud teema vastu. Hiiemaa (2010) leidis lisaks, et uuringus osalenud ei pidanud pealkirjaga manipuleerimise suunda vastuvõetamatuks ega näinud seda probleemina. Hiiemaa (2010: 54) leidis, et lugejad küll tajuvad, et seda tehakse, kuid leiavad, et pealkiri peabki küsimusi tekitamauudisevalikuid portaali esilehe ülesehitus.

Palta-Kivi (2011) leidis noorte veebis uudiste lugemise praktikaid uurides, et artiklite avamise põhjustest oli ülekaalukaim noorte lähedus/seotus kajastatud teemaga kas kodukohta, huvialade, eakaaslaste kaudu. Nii olulisust rolli ei mänginud artiklite avamisel näiteks inimlikult huvitavad lood, päevakajalised artiklid, Eesti ja eestlaste käekäiguga seotud artiklid. Pealkiri ja foto artikli avamise põhjusena oli samuti oluline, aga pigem toimisid foto ja silmatorkav pealkiri tähelepanu tõmbajana, mitte artikli avamise ainupõhjusena (Palta-Kivi 2011: 61).

Kaukvere (2013) uuris magistritöös Postimehe paber- ja veebiväljaanne lugemispraktikaid tudengite hulgas. Kaukvere uurimusest selgus, et artikkel valitakse lugemiseks, kui see on seotud 1) lugeja õpingute või huvialadega; 2) lugeja või tema lähedaste kogemustega või 3) lugejale lähedasepaigaga. Kaukvere leidis, et pealkiri funktsioneeris veebis enamasti tavaliste huviäratajana, kuid tuli ette ka seda, et pealkiri tekitas lugejas ootuseid, mida artikkel ise rahuldada ei suutnud. Kaukvere (2013: 146) magistritööst nähtus, et kõige paremini äratavad tähelepanu lakoonilised pealkirjad, kus on siiski uudisekeskne fakt kontekstita edasi antud, samas kui valesti juhtivad või agressiivselt lugema kutsuvad pealkirjad võivad tähelepanu äratada, kuid seda säilitada on uudistekstil üsna keeruline.

Käesolev magistritöö keskendub kitsamale uurimisobjektile ehk veebiartikli pealkirjale. Võttes arvesse pealkirja rolli veebis artikli ainsa n-ö pakendina, on pealkirjal lugejate mõjutamisel märkimisväärne roll.

1.6 Uurimisküsimused

Käesoleva magistritöö eesmärk on selgitada välja, mille alusel lugejad otsustavad, millisel pealkirjal veebis klõpsata. Selleks, et hiljem analüüsida nii tekstiliste kui auditooriumi vajadustele rõhuvate võtete rolli valiku tegemisel, on esimese uurimisküsimuse eesmärk selgitada välja, milliseid keelelisi tähelepanu äratamise võtteid pealkirjades kasutatakse.

1. Milliseid tähelepanu äratamise võtteid veebiuudiste pealkirjades kasutatakse?

Võttes aluseks tasude ja tarvete lähenemise ja retseptsiooniteooria, millest lähtuvalt on auditoorium aktiivne ning teeb valikuid oma vajadustest lähtuvalt, võimaldab teine uurimisküsimus leida, mida kasutavad lugejad info selekteerimiseks veebiportaalides.

2. Mille alusel valivad lugejad veebis pealkirju, millel klõpsata?

2 Metoodika

Käesoleva magistritöö empiirilise andmestiku kogumine jagunes kaheks eraldi protsessiks. Esimesele uurimisküsimusele vastuse leidmiseks ning fookusgrupi läbiviimiseks sobiva materjali leidmiseks kogusin nädala jooksul veebiväljaandest Postimees.ee pealkirjad, misjärel analüüsisin neid. Seejärel toimusid fookusgrupi intervjuud, selgitamaks välja teise uurimisküsimuse vastuse ehk mille alusel lugejad veebis valikuid teevad (detailsem uurimuse protsessi kirjeldus alapeatükis 2.3). Käesolev peatükk annab uuringu protsessist ning selle läbiviimise lähtealustest täpsema ülevaate.

2.1 Kriitiline tekstianalüüs

Tekstianalüüs lähtub sellest, et autori tehtud valikutega tekst loob tähendusi ja kujundab selle kaudu tegelikkust (Kasik 2008). Kriitiline tekstianalüüs üheks oluliseks eesmärgiks on ajakirjandustekstide uurimine – käesoleva magistritöö raames on oluline uurida, milliseid keelelisi kujundeid kasutatakse lugeja mõjutamiseks, võttes arvesse, et sõnavaliku eesmärgiks on esitada mingeid sündmusi teatud kindlal moel, tõstes esile nende teatud aspekte või surudes alla teisi (Hennoste 2010:26).

M.A.K. Halliday süsteemfunktsioonilise keeleteooria järgi on tekst üles ehitatud sellisel moel, et see looks samaaegselt kolm erinevat tähendust ning oleks multifunktsionaalne (Halliday 2004). Halliday järgi ei kirjelda keel mitte üksnes maailma ja kogemusi, vaid loob ka tekste ja on inimestevaheline suhtlusvahend. Samuti lähtub Halliday sellest, et keel on tähenduste potentsiaal ja tekstianalüüs vaatleb kuidas neid võimalusi realiseeritakse. Keelekasutus on seega alati valik paljudest võimalustest ja igasugune keeleline valik on seotud teksti looja vaatepunktiga (Halliday 1985 Kasik 2008 kaudu).

Kriitilise tekstianalüüsiga üks tuntumaid esindajaid on Norman Fairclough, kes eristab tekstianalüüsis kolme taset: alustatakse tekstide keele kirjeldamisest, minnakse edasi tähenduste tõlgendamisele ja keelekasutuse seletamisele (Kasik 2008).

2.2 Fookusgrupi intervjuu

Fookusgrupi intervjuu põhieesmärk on koguda kvalitaativset empiirilist materjali inimestelt, kes kõik on „mingit kindlat situatsiooni kogenud“ (Merton & Kendall 1946: 541 Stewart et al 2007: 9 kaudu). Krueger ja Casey (2000:4) märgivad, et fookusgrupp on kindlat tüüpi grupp, arvestades selle eesmärki, suurust, struktuuri ja metoodikat. Fookusgrupi intervjuu võimaldab

selgitada välja, millised on ootused mingile tootele või kuidas auditoorium seda tajub. Selleks, et fookusgrupi intervjuude põhjal tuua välja mingisuguseid trende, peab üht ja sama intervjuud viima läbi mitmes fookusgrupis (Krueger & Casey 200: 4-5). Samas aga on fookusgrupi intervjuud kvalitatiivse uuringumeetodina väikesed, mitte-tõenäosuslikud valimi ning seetõttu ei ole uuringud suunatud statistiliselt usaldusväärsete andmete, vaid tähenduslike, lahtimõtestavate andmete kogumisele (Vihalemm 2012).

Käesoleva magistritöö seisukohast on fookusgrupi intervjuu eelis teiste kvalitatiivsete meetodite ees on see, et grupsituatsioonis mõjutavad osalejad teineteist, just nagu päriselus. Mõjutamine toimub seeläbi, et osalejad saavad teiste ideedele kaasa rääkida ning neid kommenteerida. Samas aga jääb grupi moderaator pigem kõrvalvaatajaks, sekkub seal, kus vaja, kuid samas julgustab osalejaid oma mõtteid avaldama, olgu need siis positiivsed või negatiivsed (Krueger & Casey 2000).

Fookusgrupis osalejad

Uuringu läbiviimiseks moodustas autor kolm vanuselise koosseisu alusel eristuvat fookusgruppi. Fookusgrupis osalemise eelduseks oli see, et respondent oleks aktiivne meediatarbija. Ehkki ankeedis küsisin ka respondentide keskmist sissetulekut kuus, ei võtnud ma seda analüüsis osas võrdluspunktiks, küll aga on see empiirilise materjali mitmekülsuse ning materjali edasise analüüsi mõttes oluline lisainfo. Esimese, kõige noorema grupi (keskkooliõpilased) viis autor läbi Kärkla ühisgümnaasiumis, pöördudes eelnevalt õpetajate poole, et gruppi õpilasi värvata. Grupis osales neli 10nda klassi õpilast ning sama palju õpilasi 12ndast klassist.

RESPONDENTIDE PROFIIL				
Sugu	Vanus	Haridustase	Kvalifikatsioon	Kood
M	19	põhi	õpilane	M19
N	17	põhi	õpilane	N17
M	16	põhi	õpilane	M16
M	17	põhi	õpilane	2M17
N	18	põhi	õpilane	1N18
N	18	põhi	õpilane	2N18
N	18	põhi	õpilane	3N18
M	17	põhi	õpilane	1M17

Tabel 2. Respondentide profiil 1. fookusgrupis.

Teise grupiarutelu 21- kuni 45-aastaste vastajatega viis autor läbi Hiiumaa ametikooli majandusarvestuse õpilaste hulgas.

RESPONDENTIDE PROFIIL				
Sugu	Vanus	Haridustase	Kvalifikatsioon	Kood
N	42	keskeri	spetsialist	N42
N	34	rak. kõrg	spetsialist	N34
N	36	rak. kõrg	juht	N36
N	22	kesk	tööline	N22
N	24	rak. kõrg	tööline	1N24
N	38	rak. kõrg	tööline	N38
N	21	kesk	õpilane	1N21
N	21	keskeri	tööline	2N21
N	24	kesk	tööline	2N24

Tabel 3. Respondentide profiil 2. fookusgrupis.

Kolmas arutelu toimus Lääne maavalitsuse töötajatega. Grupis osalesid vähemalt 45-aastased meediatarbijaist respondendid.

RESPONDENTIDE PROFIIL				
Sugu	Vanus	Haridustase	Kvalifikatsioon	Kood
N	55	kesk	spetsialist	2N55
N	55	magister	spetsialist	N55
N	56	magister	juht	N56
N	62	magister	spetsialist	N62
M	62	magister	juht	M62
N	54	magister	spetsialist	N54
N	47	bakalaureus	spetsialist	N47
N	63	kesk	spetsialist	N63

Tabel 4. Respondentide profiil 3. fookusgrupis.

2.3 Uurimuse protsessi kirjeldus

Esiteks, kogusin jooksul Postimees.ee veebilehe suurima klõpsamiste arvuga pealkirjad. Selleks kasutasin Postimehe töötajana ligipääsu iga päev kella 15 seisuga avaldatava pealkirjade esikahekümne klõpsamiste alusel. Seitsme päevaga moodustus 140 pealkirjaga valim, millele järgnes tekstianalüüs, lähtudes analüüsis nii 2012. aastal seminaritöös kui bakalaureusetöös kogutud tulemustest.

Seejärel viisin läbi fookusgrupi intervjuud (täpsem kava lisa 1). Alustuseks andsin respondentidele ette 50 pealkirja, mille olin valinud 140 pealkirjast, võttes arvesse, et nende 50 hulgas oleks erinevate tähelepanu äratamise võtetega rikastatud pealkirjad. Seejärel valisid respondendid neist 50 pealkirjast valida väljakümme, mis nende tähelepanu enim köidavad ja millel nad veebis klõpsaksid. Seejärel reastasid vastajad valitud kümme pealkirja ühest kümneni selle alusel, milline neist kümnest neid kõige enam köidab ja millised võrreldes teistega vähem. Seejärel toimus aruteluring, milles kõik respondendid tutvustasid oma valikut ning põhjendasid, miks see pealkiri nende tähelepanu püüdis.

Samuti tegin väljavõtte Postimehe veebi esiküljest iga päev sellisel kellaajal, mil on Postimehe veebis kõige enam külastajaid. Selleks, et selgitada välja, millisel kellaajal on veebilehel Postimees.ee kõige rohkem külastajaid, kasutas autor andmeid veebilehelt Chartbeat.com. 2009. aastal loodud veebileht annab reaajas ülevaate veebilehe külastajatest, külastuse ajast ja veebilehel liikumisest (Chartbeat.com 2014). Sama tarkvara kasutab ka Postimees ise, et veebilehe tööd analüüsida ning selle järgi veebiportaali strateegiaid luua.

Salvestasin esikülje väljavõtte nädala (17.-23. märts) jooksul, võttes arvesse maksimaalse külastajate arvu eelnenud nädala andmeid analüüsides. Analüüsist nähtus, et nädala sees on kõige rohkem aktiivseid külastajaid päeva esimeses pooles, nädalavahetusel aga õhtupoole (Tabel 5).

Külastajad Postimehe veebis	
Kuupäev	Külastajate maksimum (kellaaeg)
17.märts	10.00
18.märts	11.00
19.märts	12.00
20.märts	11.00
21.märts	11.00
22.märts	20.00
23.märts	20.00

Tabel 5. Kellaajad, mil Postimehe veebis on kõige rohkem lugejaid.

2.4 Meetodi kriitika

Kuna fookusgruis kasutasin pealkirju, mille võtsin Postimees *Online*'i nädala edetabelist, tehti seeläbi respondentide eest juba mõnes mõttes eelistus ära, kuna nemad saidki teha valikut juba end tõestanud pealkirjade hulgast. Samas aga tuli moodustada pealkirjade valim mingi kriteeriumi asemel ning see oli kõigi variantide hulgast parim.

Samuti võis pealkirjade valikul mingil määral mõjutada soov end heast küljest näidata. Seda eriti töökollektiivis, nagu näiteks kolmanda fookusgrupi puhul. Ehkki fookusgrupi eelisteks teiste andmete kogumiseks võimalike intervjuude ees ongi see, et osalejad stimuleerivad teineteist, võib see osutuda ka kitsaskohaks, kui osalejad tahavad end tõestada ja paremast küljest näidata.

3 Tulemused

Käesolev peatükk annab ülevaate uurimuse olulisematest tähelepanekutest. Peatüki esimeses osas saab ülevaate, milliseid keelelisi tähelepanu äratamise võtteid on kasutatud valimisse mahtunud 140-s pealkirjas. Sellele järgnevad pealkirjade lugemakutsumise põhjused fookusgruppides koos näitlikustavate intervjuukatketega. Tulemuste peatüki lõpetab valikute põhjuste analüüs, millele järgneb põhjuste analüüs kolme erineva vanuselise koosseisuga fookusgrupi võrdluses.

3.1 Pealkirjades kasutatavad tähelepanu äratamise võtted

Selleks, et selgitada välja, milliseid tähelepanu äratamise võtteid pealkirjades kasutatakse, viisin läbi tekstianalüüsi.

Vaatlusalusel nädalal esines pealkirjades väga vähe kõlakujundeid. Täpsemalt analüüsisin selliste kõlakujundite, nagu alliteratsioon, assonants, onomatopöa ja kalambuuri esinemist pealkirjades. Analüüsist nähtus, et näiteks kahte viimast ei kasutatud analüüsitud 140-s pealkirjas kordagi. Kas ja kuidas täpselt need tähelepanu äratajana mõjuvad, on käesoleva uurimuse kontekstis keeruline öelda, kuid võib eeldada, et kui pealkiri tekitab lugedes rütmilise terviku, mõjub ta mänguliselt ja seeläbi ka lugejale kutsuvalt. Samuti ei ole võimalik hinnata, kas kõlakujundite kasutamine konkreetsetes pealkirjades on olnud juhuslik või tahtlik. Küll aga saab analüüsida, kas pealkiri, milles algriim või assonants esineb, äratav lugeja tähelepanu või ei.

Alliteratsioon on konsonantide samasus ja erinevate vokaalide koosesinemine kas sõna alguses või pearõhulises silbis, nii et sõna algushäälikud on erinevad (Laugaste 1986). Eesti regivärskiski kasutatavat alliteratsiooni kasutati näiteks järgmistes pealkirjades:

***Putin** laseb **palga** **Rossija** **panka** kanda*

Pealkirjas kordub konsonant p: *Putin – palga – pank*a. Konsonandi kordus pealkirja algul on pigem nõrk alliteratsioon, samas kui *palga-panka* on tugev, sest korduvad nii konsonant kui vokaal sõna alguses. Fookusgrupi intervjuudes kasutatud 50 pealkirja hulka kõnealune pealkiri ei mahtunud, seega ei saa analüüsida, kuivõrd köitis pealkiri respondentide tähelepanu.

***Postimees** **Poolas**: **Leedu** ja **Läti** seisavad tõsise küsimuse ees*

Pealkirjas esineb alliteratsioon kooloni ees olevas allikaviites: *Postimees Poolas*. Tegemist on tugeva alliteratsiooniga, kuna pealkirjas kordub mõlema sõna algkonsonant koos sellele järgneva vokaaliga. Samas aga ei tulnud fookusgrupi intervjuudest välja, et pealkirja puhul oleks mänginud rolli selle huvitav sõnastus, pigem eeldasid respondendid, et pealkirja taga olev sisu on kuidagi seotud Ukraina kriisiga ning neid köitis see seetõttu, et nimetatud olid Eesti lähiriigid.

Vene väed hõivasid Novoozerne mereväebaasi

Kõnealuses pealkirjas esineb v-täht igas sõnas, alliteratsioonina saab käsitleda pealkirja alguses korduvaid konsonante sõna alguses: *Vene väed*, mis ei ole tugev alliteratsioon, kuna kordub vaid konsonant ilma sellele järgneva vokaalita. Pealkirja valikut lugejate hulgas ei saa analüüsida, kuna seda ei valitud fookusgrupis kasutatud pealkirjade valimisse.

Savisaar sõidab Moskvasse

Pealkirja muudub rütmiliseks s-täht, mis esineb kõigi kolme sõna kas alguses või esimeses silbis. Konsonandi esinemine sellisel moel pealkirja igas sõnas lubab eeldada, et seda kasutati taotuslikult. Kui Savisaar ja Moskva on kindlad sõnad, mille nimetamine pealkirjas on loogiline, siis sõna *sõidab* asemel on muidki variante, nagu näiteks *lendab* või *läheb*, võttes arvesse, et tegelikult ta lendas sinna. Seetõttu võib oletada, et pealkiri sai selline just oma hea kõla tõttu. Kasik (2007: 95) märgib, et üks otsesemaid mõjutuvahendeid on leksikaalsed valikud. Nn tähelepanu turul mõjutavad pealkirjades kasutatud kujundid lugeja valikuid, olgu need sõnavalikud pealkirjas ajakirjaniku poolt tahtlikud või juhuslikud.

Alliteratsiooni võib käsitleda hea keelelise tähelepanu äratajana, kuna see muudab pealkirja rütmiliseks, mida on kerge lugeda ning seeläbi apelleerib see ka lugejale rohkem. Küll aga ei ole võimalik analüüsida, kas pealkirjas on alliteratsiooni kasutatud tahtlikult. On võimalik vaid eeldada, et kui samakõlalised sõnad on kõrvuti, nagu näiteks *Postimees Poolas* puhul, on tegemist taotusliku võttega, samas kui pealkirjas *Putin laseb palga Rossija pankal* ei ole alliteratsioon tugev, sest samad on vaid konsonandid sõna algul ning neile järgnevad vokaalid on erinevad. Samuti ei ole sarnase kõlaga sõnad kõrvuti, mistõttu on alust arvata, et alliteratsioon on pealkirjas pigem juhuslik.

Tihti peale käib alliteratsiooniga kaasas ka assonants, mis näeb ette, et kordub vokaal sõna alguses või pearõhulises silbis. Ehkki Eesti regilaulukäsitluses eristatakse ka nullalliteratsiooni, mis tähendab, et sõnad algavad eri vokaalidega, on see käesolevas

magistritöös tähelepanu äratamise võttena kõrvale jäetud. Assonantsi kasutamist võib märgata ka eeltoodud pealkirjadest kahes esimeses: *palga pank*, *Postimees Poolas*. Lisaks nendele kasutati assonantsi veel mõnes pealkirjas:

Vana kaubamaja kadus mõne päevaga

Pealkirjas sisaldub assonants viiesõnalise pealkirja kolmes esimeses sõnas: *vana kaubamaja kadus* – kõigis neis sõnades kordub vokaal *a* sõna pearõhulises silbis. Seeläbi muutub edastatud sõnum rütmiliseks ja lugeja jaoks atraktiivseks. Kuigi ei ole võimalik välja tuua, kas assonants on pealkirjas juhuslik või taotuslik, avaldab see lugejale mõju. Kuna kõnealuses pealkirjas ei ole vokaal päris sõna alguses, on tegemist pigem nõrga assonantsiga, sest vokaalikordust sisalduvad sõnad on kõrvuti.

Homme Postimehes: peast rebitud juuksed, kõveraks pekstud nina – naistepiinaja pandi vangi

Pealkirjas on assonants *Homme Postimehes*, mis sarnaneb ka alliteratsiooniga pealkirjas *Postimees Poolas*. See mõjub tähelepanu äratajana ja suunab lugejat valiku tegemisel ka seetõttu, et pealkirjas kooloni ees olevat viidet võib käsitleda ka reklaamina, kuna mõlemi puhul lisab see mingsugust eksklusiivsust – *Postimees* on *Poolas* kohal või juba täna saab homses *Postimehes* leiduvat artiklit lugeda. Kui tekstis on mõtestatud leksikaalsed valikud, püüab see ka lugeja tähelepanu.

Uppujat päästma läinud komando leidis jääaugust talisukelduja

Antud pealkirja puhul on assonants esitatud vokaali *ä* kaudu: *päästma läinud /---/ jääaugust*. Kas ja kuivõrd see pealkiri lugejate tähelepanu püüdis, ei ole võimalik analüüsida, kuna pealkiri ei mahtunud 50 ühikut sisaldavasse valimisse.

Kolm Norra sportlast jäi dopingu tarvitamisega vahele

Pealkirjas on assonants *Kolm Norra sportlast /---/ doping*. Kuigi respondendid põhjendasid pealkirja valikut eelkõige huvipakkuva ning küllaltki skandaalse teemaga, võib oletada, et ka leksikaalsetel valikutel on siiski mõjus oma osa ning alateadlikult võib hästi koostatud pealkiri valikut samuti suunata. Ka Vihalemm (2010) toob välja, et teadete koostamine ja edastamise eesmärk on ennekõike kutsuda esile teatud muutus vastuvõtja käitumises ning seda saab justnimelt teha teate kaudu. Seega, kui ühelt poolt tõid lugejad välja isiklikud vastuvõtu tegurid, ei saa meediapoolseid tegureid alahinnata.

Uus Pepsi reklaam ehmatas mitmed Londoni elanikud poolsurnuks

Pealkirjas on assonants *Pepsi reklaam ehmatas*, milles sõna pearõhulises silbis kordub vokaal *e*, muutes seeläbi pealkirja rütmiliseks ning võib eeldada, et mõjutab seetõttu ka lugejat

pealkirja valima. Kuna kõnealuses pealkirjas analüüsitud sõnad, milles assonants esineb, asuvad küll kõrvuti, kuid sõnad ei alga selle vokaaliga, on assonants pigem nõrk.

Ashton avaldas muret Ukraina majanduse pärast

Vokaal kordub pealkirjas kahe sõna alguses ning kahe sõna esimeses silbis. Neist kahest sõnapaarist on *Ashton avaldas* tugevam assonants ning mõjub seeläbi lugejale rohkem. 50 fookusgrupi intervjuus kasutatava pealkirja hulka kõnealune pealkiri ei mahtunud, seega ei saa analüüsida, millist mõju see uuringus osalenud respondentidele avaldas.

Kõnekujundid pealkirjades

Kõnekujundeid esines pealkirjades märgatavalt rohkem kui kõlale rõhuvaid kujundeid. Kasik (2007) toob välja, et kõnekujundite abil üritatakse sõnumi vastuvõtja poolehoidu võita või huvi äratada. Käesoleva magistr töö analüüsis eristusid järgmised kõnekujundid: metafoor ning selle alaliigid metonüümia, isikustamine ja fraseologismid, lisaks veel epiteet, võrdlus, ülivõrdelisuus ja vastandumine.

Ühe metafoori alaliigina saab vaadelda metonüumiat. Analüüsitud pealkirjads hakkas silma see, kuidas riigi või liitude juhtide otsused on omistatud kogu riigile või liidule. Seda nähtust võib püüda seletada kahte moodi: ühelt poolt võimaldab see pealkirja lühendada, selmet öelda *Venemaa sõdurid/Krimmi juhid/Suurbritannia juhid* või *ELi juhid*, saab seda öelda lühemalt ilma, et see suurt segadust külvab, kuna metonüümilised kujundid on ajakirjanduses küllaltki laialdaselt kasutatavad. Teisalt väldib metonüümia umbisikulise tegumoe kasutamist ning pealkirjas ei pea kirjutama Krimmis *peatatakse* või Venemaale *esitatakse*.

Kiiev: Venemaa peatab ajutiselt sõjaväebaaside blokeerimise Krimmis

Aksjonov: Krimm esitab esmaspäeval Venemaale ühinemispalve

Suurbritannia pakub Baltikumi õhuruumi täiendavaks turvamiseks hävitajaid

Euroopa Liit kehtestab 21 Venemaa ja Krimmi ametnikule sanktsioonid

Moskva väljendas muret Eestis elavate venelaste pärast

2012. läbi viidud seminaritööst selgus, et metafooride näol on tegemist ühe populaarseima keelelise võttega pealkirjades. Taoline omaduste ülekande abil koostatud sõnademäng on hea tähelepanu tõmbaja, muutes pealkirjad huvitavamaks ning kaasamõtlemist eeldavaks (Mihelson 2012). Kasik (2007) märgib, et grammatiline metafoor on osa tekstistrateegiast, mille abil võidakse üldistada ja abstraherida väljendusi, tematiseerida tegevusi ja omadusi. Käesoleva magistr töö valimis olevaid pealkirju analüüsides aga niivõrd palju uudseid metafoore silma ei hakanud.

Krimmis jagatakse juba sõjasaaki

Pealkirjas on metafoor *sõjasaaki jagama*, mis annab piltlikult edasi selle, et Venemaa poolt okupeeritud Krimmis on toimumas muutused. Metafooriga on tegu seda enam, et sõda seal ei toimunud, kuid sõjasaak on piltlik väljend. Sõna esimene pool on ka tugeva laenguga ning äratav seetõttu lugeja tähelepanu.

*Uus valitsusliit **tõstab** esimese ja teise lapse toetuse 45 eurole*

Pealkirjas on metafoor *lastetoetust tõstma*, mille kaudu antakse edasi lastetoetuse kasv.

*Eesti Post **mattub** Hiina e-poodide **kauba alla***

Metafoor on *kauba alla mattuma*, millega antakse edasi see, et Hiinast tuleb palju kaupa ning Eesti Postil on tõenäoliselt probleemi kogu kauba haldamisega.

*Palo **sõnad vallandasid** Estonian Airi klientide seas **paanika***

Metafoor on *sõnad vallandasid paanika*. Metafoor kirjeldab seda, et Palo sõnadel oli Estonian Airi klientidele suur mõju.

Samuti sisaldasid pealkirjad ka metafoorseid fraseologisme ehk terviklikke sõnaühendeid, mis on eesti keeles küll laialdaselt käibel, kuid on pigem metafoorsed kõnekujundid. Näiteks nagu allpool pealkirjades sisalduvad *sõnad teevad haiget* ja *suu puhtaks rääkima*. Ehkki auditorium tõenäoliselt teab seda väljendit ning mõistab, et tegemist pole otsese tähendusega, esinevad need väljendid siiski metafooridena.

*Damon Hill: Schumacheri **sõnad teevad haiget**, aga tal võis õigus olla*

*Nabi tiimist lahkunud treener **räägib suu puhtaks***

*Riigikogus **küpseb plaan** seadustada abiehuväline kooselu*

*Uus Pepsi reklaam **ehmatas** mitmed Londoni elanikud **poolsurnuks***

*Postimees Poolas: Leedu ja Läti **seisavad** tõsise **küsimuse ees***

Pealkirja muudab värvikamaks ka epiteet, mida kasutati analüüsitud pealkirjades väga palju. Epiteet on põhisõnale lisatav poeetiline täiend, tänapäeva ajakirjanduses kasutatakse enamasti kõige tavalisemaid omadussõnu. Ka Hennoste (2010: 26) märgib, et sõnavaliku eesmärgiks on esitada mingeid sündmusi teatud kindlal moel, tõstes esile nende teatud aspekte või surudes alla teisi. Epiteedid justnimelt aitavadki teatud sõnu esile tuua.

***Lihtne** arvutus paljastab anomaalia Krimmi referendumi tulemustes*

Lihtne arvutus annab märku sellest, et referendumi tulemuste pettusest arusaamiseks ei pea palju vaeva nägema. See annab põhisõnale arvutus lisaväärtust sellega, justkui oleks see pettus olnud niivõrd naeruväärne, et sellest saab igaüks aru.

*Pildid: **rängas** avariis Piibe maanteel hukkus kolm inimest*

Pealkirjas olev epiteet *ränk* juhib tähelepanu sellele, et avarii ei olnud tavapärane, vaid väga tõsine. Tõsidust avab rohkem ka pealkirja teine pool, millest selgub, et avariis sai kolm inimest surma.

Postimees Poolas: Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees

Epiteet *tõsine* annab põhisõnale lisaväärtust, kuna rõhub ebatavalisusele – küsimus, millega ülejäänud Balti riigid silmitsi seisavad ei ole igapäevane, vaid erakordselt tõsine. Erakordsuse lisamise kaudu äratav see tõenäoliselt ka lugeja tähelepanu rohkem.

Läbi võrdluse on võimalik pealkirjas rõhutada sõnumit ning selle mõju suurendada. Sellegipoolest oli analüüsitud pealkirjades võrdlust väga vähe.

Savisaar Moskvast: paremliberaalne valitsus kahjustas Eesti rahvastikku rohkem kui Teine maailmasõda

Antud pealkirjas on tugev võrdlus, mis tõenäoliselt mõjub hea tähelepanu äratajana mitmel põhjusel. Esiteks, pealkiri sisaldab lisaks võrdlusele ka teisi tähelepanu äratamise võtteid nagu allikaviide, metonüümia ja lokaliseerumine, millel peatub täpsemalt analüüsi hilisem osa. Võrdlus *paremliberaalse valitsuse tegevus kui sündmused Teises maailmasõjas* on kindlasti tugeva emotsionaalse laenguga, mis võib auditooriumis esile kutsuda vastakaid reaktsioone. Hennoste (2010), kes on uurinud, kuidas on uudisväärtused veebiajakirjanduses võrreldes trükiväljannetega muutunud, keskendub veebiajakirjanduse uudisväärtustest kõneledes eelkõige kommenteerimisväärtustele – lugejas ärritust tekitavad tegurid, mis kutsuvad lugejat klõpsama ja kommenteerima. See on aga oluline ka käesoleva uurimuse seisukohast, kuna see Hennoste viidatud ärritav tegur peab esiti sisalduma just pealkirjas, kuna pealkiri on see, mis lugeja tähelepanu esimesena tõmbab.

Hea vastanduse abil on samuti võimalus pealkirja lugejale köitvamaks muuta. Kuid nagu teiste kõnekujundite puhulgi, ei olnud ka neid analüüsitud pealkirjades üleliia palju.

Vene asepeaminister heitis USA sanktsioonide üle nalja

Selles pealkirjas on võimalik märgata kaht vastandust: ühelt poolt on vastamisi kaks suurriiki – Venemaa ja USA – ning teisalt tekib vastandus läbi selle justkui viimase sanktsioonid, mis peaks olema tugevad, ei ole seda Vene asepeaministri arvates. Samas aga võib öelda, et üks vastandus ei tööta teiseta. Kuna Venemaa ja USA vastasseis on püsinud läbi ajaloo, võib eeldada, et see kutsub lugema erineva taustaga inimesi. Mida laiemale lugejaskonnale pealkiri veebis apelleerib, seda rohkem see artikkel ka lugejaid saab. Ja nagu Hennoste (2010) ka välja

toonud, käib tänapäeval võidujooks klõpsude nimel ja võimalikult laia sihtgruppi puudutav pealkiri aitab need klõpsud saada.

*Rein Taagepera: Putin **kaotab**, mida enam **võidab***

Sellele vastandusele annab kindlasti juurde ka tegija ehk Putin, kelle isiku retseptsioon auditooriumi hulgas on viimaste kuude jooksul kindlasti oluliselt muutunud. Antud pealkirja puhul on vastandus vägagi nähtav, samas aga tekitab see uusi küsimusi selle kohta, mida allikas selle all täpselt mõtleb.

Lisaks kõla- ja kõnekujunditele on teisigi vormilisi võtteid, läbi mille pealkiri auditooriumile atraktiivseks muuta. Näiteks nagu kirjavahemärgid: koolon, punkt, küsi- ja hüüumärk, millel igaühel on oma eesmärk ning samamoodi tekitavad need erinevaid seoseid. Samas ei ole kirjavahemärk ise niivõrd tähelepanu äratava, kuivõrd on see vahend lugeja tähelepanu suurendamiseks. Kooloni abil saab pealkirjas viidata näiteks allikale või artiklis sisalduvale lisaväärtusele. Hüüumärk seevastu võimaldab sõnumit rõhutada ning küsimärk võimaldab sõnumi esitamisel midagi n-ö õhku jätta.

Kõige enam kasutati analüüsitud pealkirjades koolonit, mille abil on võimalik eristada pealkirjas viidet millelegi, olgu selleks siis viide allikale või lisaväärtusele artiklis, nagu näiteks piltidele või videole. Mõlemad neist on praegugi Eesti veebiportaalides laialdaselt levinud.

Näiteks kasutati kooloniga eraldatud viidet allikale 23-l korral. Sealjuures oli kolme tüüpi allikaviiteid. Neist esimene on viide teisele meediaväljaandele, millelt informatsioon pärineb.

***Financial Times:** Putinit ei tohi uskuda*

***The Economist:** Putin soovibki lääne sanktsioone*

Selle tüübi alla võib panna ka väljaande enda „reklaamtäiend“, millega luuakse juurde lisaväärust läbi selle, et on uudised otse sündmuste keerisest. Näiteks kasutatakse seda juhtudel, kui väljaande reporter on välismaal.

***Postimees Poolas:** Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees*

***PM Krimmis:** Krimmi elanikud referendumist üksmeelses vaimustuses pole*

Teine allikaviite tüüp on viide allikale nimeliselt, kas ainult perekonnanimega või nii perekonna- kui eesnimega. Ajakirjanduspraktikas kasutatakse täisnime juhul, kui inimene pole niivõrd tuntud või kui perekonnanimi on laialdaselt levinud. Kindlasti annab allikaviite kasutamine sõnumile lisaväärtust juhul, kui allikas on auditooriumi jaoks tuttav. Samas ei ole

niivõrd oluline, kas allikas tekitab negatiivseid või positiivseid seoseid, sest reaktsiooni tekitamine mõjub juba omamoodi tähelepanu tekitajana.

Aksjonov: *Krimm esitab esmaspäeval Venemaale ühinemispalve*

Damon Hill: *Schumacheri sõnad teevad haiget, aga tal võis õigus olla*

Rein Taagepera: *Putin kaotab, mida enam võidab*

Lisaks viidatavale allikale kas üldiselt ametimetusega või tiitliga. Esimesel juhul on tegemist ameti esindajaga, kes ei ole avaliku elu tegelane. Teisel juhul on üldiselt tegemist avaliku elu tegelasega, kes ei ole nii väga tuntud, näiteks kasutatakse seda välismaa poliitikutele jm avaliku elu tegelastele viidates. Seda, kui hea tähelepanu äratajana allikaviide mõjub, mõjutab ka see, kui võrd pädev on ta konkreetse sõnumi edastamises.

Maakler: *kuidas üürikorterist paremat hinda saada*

Politoloog: *olen saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised*

Poeomanik: *ringi liiguvad klienditeenindaja palga vargad*

Ukraina saadik: *Venemaa valmistub sissetungiks riigi ida- ja lõunaossa*

Lisaks kasutatakse koolonit selleks, et rõhutada lisaväärtust, mida artikkel lugejale annab. Näiteks tuuakse seeläbi välja pildid ja videod sündmuskohalt või ka viide otseülekandele. Sellist viitamist kasutati 140-s pealkirjas 11-l korral. Intertekstuaalsuse ehk viidete kasutamine võib olla ka märk erinevate meediakomponentide segumisest, mis on ka üks veebiajakirjanduse tunnuseid.

Pildid: *rängas avariis Piibe maanteel hukkus kolm inimest*

Video: *Venemaa telesaatejuht ähvardas, et USA võib muutuda „radioaktiivseks tuhaks“*

Vaata otse: *protestijad tungisid Donetskis julgeolekuhoonesse*

Graafik: *Vene ja Ukraina sõjaväebaasid Krimmis*

Kolmes pealkirjas kasutati ka küsimärki.

Autoremont: *kas suur pettus või aus äri?*

Kus valmivad seriaalid tegelikult?

Nende kahe pealkirja puhul on ajakirjaniku eesmärk tõenäoliselt püüda lugeja tähelepanu sellega, et küsida küsimus, mis jätab õhku mitu vastusevarianti. Samas aga mõjub alljärgnevas pealkirjas allikaviide küsimuse ees pigem retoorilise küsimusena.

Krimmist pärit Ukraina sõdur: *kuhu ma lähen?*

Kuidas aga on tegusõna pealkirjas esitatud, kas aktiivse verbina või umbisikulise tegumoe kaudu? Valimisse mahtunud pealkirjadest enamikus oli kasutusel aktiivne verb, ilma tegusõnata pealkirju oli vähe. Aktiivne verb on konkreetsem ning mõjub tähelepanu äratajana, samas kui tegusõna puudumine lisab abstraktsust ja mõjub seetõttu köitvana. Umbisikulist

tegumoodi kasutades saab tegija ära kaotada, ent samas võidakse seda kasutada olukorras, kus tegija pole veel teada.

Lisaks on käesoleva magistritöö raames vaatluse all ka lugeja otsene kõnetamine pealkirjades. Võib eeldada, et lugejat kõnetav pealkiri paistab teiste seast silma, kuna selle asemel, et lugejat keeruliste seoste ja sõnamängudega koormata, lähenetakse tarbijale otse. Samuti lisab see interaktiivsust, sest lugejat üles kutsudes tekitab see tunde, nagu lugeja saab sellest osa.

Vaata otse: protestijad tungisid Donetskis julgeolekuhoonesse
Vaata, kui palju Euroopa riigid Venemaast sõltuvad

3.2 Lugeja tähelepanu köitvad pealkirjad fookusgrupi arutelude põhjal

Kui eelmine alapeatükk andis ülevaate, milliseid tähelepanu äratamise võtteid Postimehe veebi ühe nädala loetuimad uudiseid sisaldasid, siis käesolev alapeatükk keskendub sellele, millised neist köitsid lugejate tähelepanu fookusgrupi arutelude põhjal. Järgnevalt toon välja kümme respondentide tähelepanu enim kogunud pealkirja ning intervjuu katked, et vaadelda, milliste vormiliste tegurite abil mõjusid just need pealkirjad tähelepanu äratajatena.

Samas tuleb rõhutada, et fookusgrupi arutelude pealkirjade valimi moodustas veidi alla poole ehk 50 pealkirja. Pealkirjad valiti selle alusel, et 50 seas oleks võimalikult erinevate tähelepanu äratamise võtetega rikastatud pealkirju.

Pealkiri	Keskmine koht respondentide hulgas
Politoloog: olen saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised	2,8
Pildid: rängas avariis Piibe maanteel hukkus kolm inimest	3,1
Uus valitsusliit tõstab esimese ja teise lapse toetuse 45 eurole	3,5
Eerik-Niiles Kross võrdleb Putini kõnet ja Hitleri kõnesid	3,5
Moskva väljendas muret Eestis elavate venelaste pärast	3,8
Võimuliit leppis kokku ministrikohtade jaotuses	4
Autoremont: kas suur pettus või aus äri?	4,1
Suurbritannia pakub Baltikumi õhuruumi täiendavaks turvamiseks hävitajaid	4,4
Lihtne arvutus paljastab anomaalia Krimmi referendum tulemustes	4,5
Uus Pepsi reklaam ehmatas mitmed Londoni elanikud poolsurnuks	4,9
Krimmis jagatakse juba sõjasaaki	5
Rein Taagepera: Putin kaotab, mida enam võidab	5

Kross: härra Savisaar, ma olen Teiega nõus	5
Palo: palun vabandust!	5
Sanktsioonidega karistatud Sevastopoli linnapea müüb Tallinnas elektroonikat	5
Vaata, kui palju Euroopa riigid Venemaast sõltuvad	5
Rock võitis ka kordusmängu ja pääses Balti liiga poolfinaali	5,3
Homme Postimehes: Eesti autovargad kiusasid Stockholmi rikkaid	5,5
Vene asepeaminister heitis USA sanktsioonide üle nalja	5,5
Video: Moskvast naasnud Savisaar ärritus ajakirjanike küsimuste peale	5,5
Biden: USA kaalub roteeruvate vägede saatmist Balti regiooni	5,6
Teadlased avastasid pudru tervendava võime	5,6
Vormel-1 sarja avaetapil teiseks tulnud Ricciardo tulemus tühistati	5,7
Kus valmivad seriaalid tegelikult?	5,8
Viis toitu, mis hoiavad igavesti noorena	6
Ruussaar: Urve Palo võiks Savisaare pea kohal vihmavarju hoida	6
Kolme Eesti suusataja verenäidud koos spetsialisti kommentaariga	6,1
Poemüüja laskis Lasnamäel röövli maha	6,1
Nabi tiimist lahkunud treener räägib suu puhtaks	6,2
Swedbank loobub «raha sisse» automaatidest	6,3
Postimees Poolas: Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees	6,5
Savisaar Moskvast: paremliberaalne valitsus kahjustas Eesti rahvastikku rohkem kui Teine maailmasõda	6,6
Michael Schumacheri elus on täna väga oluline päev	6,8
Soomes uppus laevalt üle parda kukkunud eestlane	6,8
Clinton: Putin võib kasutada sama ettekäänat ka Balti riikide ründamiseks	6,9
Kolm Norra sportlast jäi dopingu tarvitamisega vahele	7,1
Vene väed tungisid soomukiga Belbeki õhuväebaasi	7,3
Eesti Post mattub Hiina e-poodide kauba alla	7,4
Damon Hill: Schumacheri sõnad teevad haiget, aga tal võis õigus olla	7,5
Tallinnas Pae tänaval toimunud tulistamises sai inimene surma	7,8
Savisaar sõidab Moskvasse	8,3
Baruto suurt konkurenti tabas eestlase saatus	8,5
Galerii: vaata, mida ja kuhu Tallinnas praegu ehitatakse	8,5
Vene diplomaat nõuab läänelt Baltimaade mittekodanikega tegelemist	10
Piibe maanteel õnnetusse sattunud politseiauto juht oli kaine	
Rünnakus Simferopoli sõjaväebaasile hukkus Ukraina sõdur	
Karmid vennad need Soome uusnatsid	
Tartu linnas toimunud tulekahjus hukkus kaks ja sai kannatada üks inimene	

Urmas Kruuse tuleb Tartust valitsusse	
Venemaa ähvardas «peegeldada» lääne sanktsioone	

Tabel 6. Pealkirjade järjestus fookusgruppide põhjal.

Analüüsist nähtus, et kõige rohkemate lugejate tähelepanu pälvis 47. pealkiri „Vaata, kui palju Euroopa riigid Venemaast sõltuvad“, mille valisid kümne kõitvama pealkirja hulka 16 respondenti 25-st. Võttes aluseks kohad, millele respondendid pealkirja paigutasid, sai pealkirja keskmiseks kohaks 5, mis tagas pealkirjad 50 hulgas 16. koha. See tähendab, et kuigi pealkiri äratas paljude respondentide tähelepanu, ei leidnud intervjuudes osalejad üheselt, et nad sel pealkirjal esimeste hulgas klõpsaksid.

Respondendid põhjendasid pealkirjale klõpsamise valikut sellega, et nad tunnevad, et sõna *vaata* lause ees tähendab seda, et artiklis on ka mingi lisaväärtus, tõenäoliselt graafiku näol. Nagu ka eelnevas peatükis tähelepanu äratamise võtete analüüsist nähtus, on otsene kõnetamine hea, sest pöördub tarbija poole otse. Fookusgruppidest selgus, et sõna *vaata* kui üleskutse tekitab kindlustunnet, et artiklis näeb midagi, näiteks andmeid, mis pealkirjas esitatud väidet toetavad. Kuna pealkirjas on kombineeritud uudisväärtustest ka päevakajalisus ning teema apelleerib suurele auditooriumile, on tähelepanu äratamine ka suurema tõenäosusega garanteeritud.

1M17: No kui seal on, et vaata, siis ma eeldan, et seal on mingi graafik või mingi diagramm.

3N18: tahaks just neid andmeid, et see oleks huvitav.

N55: Minu arust ka, et kuna see pealkiri ütleb, et vaata, kui palju sõltuvad, siis mul on tõesti usk, et saan mingi mõõdiku või mingisuguse pildi. Et vaata ja lubatakse.

12 respondenti 25-st valis kümne huvitavama pealkirja hulka „Politoloog: olen saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised“. Ühelt poolt mõjus pealkiri hea tähelepanu äratajana, kuna sisaldas allikaviidet, mis ühtis ka sõnumiga ehk lugejas tekib usaldus, et politoloog tunneb seda teemat, millel ta sõna võtab. Teisalt on aga pealkirjas geograafiline lähedus. Fookusgrupi osalejad tõid välja, et see võib neid otseselt puudutada.

11 respondenti valis välja järgmised pealkirjad: „Swedbank loobub „raha sisse“ automaatidest“, „Nabi tiimist lahkunud treener räägib suu puhtaks“, „Võimuliit leppis kokku ministrikohtade jaotuses“. Neist esimene pealkiri puudutab inimesi otseselt – kõik, kes

kasutavad sularahaautomaate klõpsaksid sel eelkõige seepärast, et loodavad artiklist kasulikku informatsiooni saada. Teine, maadleja Nabist kõnelevas pealkirjas on uudisväärtustest esitatud prominentsus, kuna Nabi on nii Eestis kui rahvusvahelisel areenil tunnustatud prominentsus, samuti ilmneb pealkirjast konfliktus. Ministrikohtadest kõneleva artikli pealkiri küll konstateerib fakti, kuid samas jätab päis palju varjatuks. Ka Kaukvere (2013) leidis oma magistritöös, et et kõige paremini äratavad tähelepanu lakoonilised pealkirjad, kus on siiski uudisekeskne fakt kontekstita edasi antud.

Kõige rohkem esimesi kohti respondentide hulgas sai neist viimane. Analüüsides viimases kasutatud tähelepanu äratamise võtteid, siis neid pealkirjas esmapilgul polegi. Aga see võibki selle pealkirja puhul töötada. Ehkki pealkirjas oleks võinud välja tuua prominentsed nimed, mis uudisväärtusena on väga oluline, ei ole pealkirjas toodud välja ühtegi nime, vaid nenditud fakti. See, et pealkiri jätab olulise info varjatuks, tõid plussina välja ka fookusgrupis osalejad.

2N18: Tahaks ikka teada, et kes ministriks saab ja nii. Et pealkirjast ei saa kogu informatsiooni kätte /---/.

Aga kui oleks kõik ministrid ära nimetatud pealkirjas?

2N18: siis ma ei loeks seda.

3N18: /---/ Ja pealkirjas pole nagu kogu informatsiooni välja toodud, et siis on ka põhjust edasi lugeda.

Pealkirjas „Swedbank loobub „raha sisse“ automaatidest“ pole samuti suurt mängulisust. Ainus eelpool analüüsitud tähelepanu äratamise võte, mis pealkirjas silma hakkab, on isikustamine: pank loobub. Samas aga ei märkinud huvitavat pealkirja konstruktsiooni valiku põhjusena üksi respondent. Pigem toodi välja, et pealkiri annab aimu, et artikli sisu võib lugeja igapäevetu kuidagi mõjutada, sest pangautomaadid on midagi, mida inimesed igapäevaselt kasutavad. Sellest nähtub, kuivõrd oluline tegur pealkirja valikul on inimese isiklik huvi, mis kõnealuse pealkirja puhul ilmneb tarviduses kasulikku informatsiooni saada.

N17: ma tahaks teada, et miks loobub ja kas siis kaovad täitsa ära ja kuidas siis saab raha pank.

2M17: Tahaks teada, et kuna ise kasutad seda.

Pealkiri „Nabi tiimist lahkunud treener räägib suu puhtaks“ osutus respondentide hulgas niivõrd populaarseks tõenäoliselt seetõttu, et kaks kolmest fookusgrupist viidi läbi Hiiumaal, kust ka Nabi pärit on. Hennoste (2010) toob välja, et Eestis toimuv on uudisväärtuslikum kui välismaal toimuv, samuti on oluline psühholoogiline lähedus: inimestele lähevad rohkem

korda need sündmused, millega neil on emotsionaalne side. Võib oletada, et niivõrd väikse koha, kui Hiiumaa puhul, sulanduvad need kaks kriteeriumit kokku – ühelt poolt on sportlane pärit nende kodukohast, teiselt on aga talle kaasaelamise näol pigem tegemist psühholoogilise lähedusega.

Võrdselt 10 „häält“ said pealkirjad „Uus valitsusliit tõstab esimese ja teise lapse toetuse 45 eurole“, „Uus Pepsi reklaam ehmatas mitmed Londoni elanikud poolsurnuks „ja „Kolm Norra sportlast jäi dopingu tarvitamisega vahele“.

3.3 Pealkirja valiku mõjutajad

Uurimistöö aluseks olevates fookusgrupi intervjuudes valisid respondendid välja neid enimköitvad pealkirjad ning põhjendasid seejärel oma valikut. Selle alusel on võimalik selgitada välja kategooriad, mis lugejaid pealkirjal klõpsama ajendavad.

Läbiviidud aruteludest nähtus, et üks olulisemaid tegureid, mis lugeja jaoks pealkirja atraktiivseks tegi, oli see, kui tegemist oli lugeja jaoks **geograafiliselt lähedase kohaga**. Samas on ka geograafilisel lähedusel mitu taset – kui pealkirjas väljatoodud väike asula on kuidagi seotud lugejaga, on tõenäosus, et lugeja pealkirjal klõpsab, väga suur. Samas aga on osa uudiste puhul ka Eesti või kas või Baltikum määrava tähendusega. See tuli eriti välja Ukraina kriisiga seonduvate uudiste puhul. Fookusgruppidest selgus, et respondentidele pakkusid rohkem huvi need Ukraina kriisiga seotud uudised, mille pealkirjades oli mainitud kas näiteks Eesti või Balti riigid. Näiteks valis 12 respondenti 25-st kümne enim huvi pakkuva pealkirja hulka „Politoloog: olen saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised“. Respondendid tõid välja, et kuna viide Baltimaadele puudutab otseselt ka neid ennast, pakub ka pealkiri huvi.

2N24: Peaks nagu teadma, et kas peaks kohvreid pakkima.

1M17: Sest siis ma tean, mis meid ees ootab.

N55: /---/kui ma loen, et Venemaalt tuleb signaale, et Baltimaad on ohus, siis minu jaoks on see selgelt suur eksistentsi küsimus, et see on teema poolest kindlasti väga oluline.

N62: jah, ma ühtin ka sellega. Et ikka teada saada, kui suur oht on ja.

Sarnaselt mõjus ka pealkiri „Moskva väljendas muret Eestis elavate venelaste pärast“, mille kohta tõid repondendid samuti välja, et see puudutab neid otseselt, kuna ka nemad elavad

Eestis. Näiteks tõi üks respondent välja, et kuigi teda poliitika ei huvita, köidab teda siiski pealkiri, mis on Eestiga seotud.

N54: /---/Nende teiste pealkirjadega, mis olid sellised Vene ja Ukraina kriisiga, ei tõmmanud nii tugevasti kui just see.

I: Kas sellepärast, et seal oli mainitud Eestit?

N54: Just.

2N55: /---/ Eestis on ju niivõrd palju venelasi ja omal kontakt vene inimestega, nii et miks mitte lugeda seda uudist, et mis siis toimub.

1N18: /---/kindlasti nüüd Putin tahab ka siin ära kasutada siinseid venelasi. Ja tahtsin teada, kas seal on äkki Eestis elavate venelaste arvamust ka.

Geograafilist lähedust saab vaadelda aga ka laiemalt: kõige rohkem respondente valis kümne hulka pealkirja „Vaata, kui palju Euroopa riigid Venemaast sõltuvad“. Ehkki selle pealkirja puhul võib geograafiliselt lähedana analüüsida Euroopat, mis on justkui väga lai ning mitte niivõrd lähedane, tõid respondendid ka selle pealkirja puhul välja, et see mõjutab neid otseselt.

N54: No just, et kas me oleme siis tõesti nii sõltuvuses, et kuidagi Venemaata ei saa.

2N18: Ma valisin ka selle, et kuna see meiega ka ilmselt seotud.

Samuti tuli välja, et geograafiline lähedus võib lugejat mõjutada läbi pealkirjas mainitud inimese. Nimelt, kui pealkirjas väljatoodud isik on kuidagi seotud näiteks lugeja kodukohaga, tahab lugeja sellel pealkirjal suurema tõenäosusega klõpsata. Kolmest läbiviidud fookusgrupist kaks toimus Hiiumaal ning nendes kahes osutus üheks kõitvamaks pealkirjaks „Nabi tiimist lahkunud treener räägib suu puhtaks“. Kuna maadleja Heiki Nabi on pärit Hiiumaalt, mõjutas see respondente ka seda pealkirja valima. Nii valis selle pealkirja hulka kahes Hiiumaal läbiviidud grupis kokku üheksa inimest, samas kui kolmandas grupis valis selle kümne hulka vaid kaks respondenti. Seega, saab öelda, et kuigi pealkirjas ei olnud öeldud, et Hiiumaa sportlane Nabi, mängisid selle puhul rolli respondentide teadmised sportlasest ja kogemused, mistõttu võimaldas see neil luua seost nende kodukoha Hiiumaaga.

2N18: /---/ Nabi on Hiiumaaga seotud, et huvitaks.

2M17: /---/ Hiiumaa mees ja tahaks teada, mis tal öelda on.

N22: Selle ma valisin seetõttu, et Nabi on Hiiumaalt ja juba selle põhimõttega ma vaatan.

Samas aga jääb küsimus, kui palju ja kellele peaks ajakirjanik pealkirjas geograafilist lähedust suunama – kas kitsamalt inimesele, kes selles paigas elab või püüdma siiski äratada võimalikult suure auditooriumi tähelepanu, jättes konkreetse asukoha pealkirjas lahtiseks.

Nagu eelmises punktis käsitletud geograafilist lähedust, saab ka allikaviidet analüüsida mitmel erineval tasandil. Näiteks ühelt poolt selgus, et nimeline **viide allikale mõjub usaldusväärse**na ja ajendab klõpsama, samas kui mõne pealkirja puhul selgus, et allikaviide ei pea tingimata nimeline olema, vaid piisab ka ametinimetusest, kui see on pädev konkreetsetel teemal arvamust avaldama. Kui eelnevalt analüüsisin politoloogi pealkirja geograafilise läheduse aspektist, siis fookusgrupi aruteludest selgus, et pealkirja ees olev *politoloog* mõjub ka hea tähelepanu äratajana seetõttu, et annab väitele juurde teatud usutavust.

N36: /---/ politoloog äkki on tark inimene. See, kui igasugu erinevad inimesed arvavad erinevaid asju. Eks inimesed kardavad ja arvavad palju, et neid ma ei viitsi üldse lugeda. Aga kui on pandud, et politoloog, nime ei ole pandud, siis ikka tekitab huvi, et äkki on tark inimene ja äkki tal on midagi asjalikku öelda.

N34: /---/ ikka tahaks lugeda. Ja et mida siis politoloog arvab sellest.

N55: Mulle meeldib teada, mida politoloogid räägivad /---/ Ma arvan, et see politoloog meeldib mulle siin ees.

Kui mitte nimeliselt välja toodud, kuid mingil teemal pädev kõneleja mõjub hea tähelepanu äratajana jättes midagi ka varjatuks, siis veelgi usaldusväärsemana mõjub kui viide allikale on nimeline. Nii tõid osa respondentidest välja, et tema justnimelt teeb valikuid oma eelnevale kogemusele tuginedes.

M62: /---/ ma eeldan seda, teades neid autoreid lähemalt, et seda teemat käsitletakse natuke põhjalikumalt

N56: Tegelikult ongi mul siin see suunitlus, et oleks vaja pilt ette saada, mis targemad inimesed asjast arvavad. /---/ ma lihtsalt arvan, et ta teab enam-vähem mida ta räägib.

Küll aga tuli allikaviite roll tähelepanu äratajana välja kõige vanemate respondentide hulgas. Seetõttu võib eeldada, et allika usaldusväärsust ja pädevust oskavad enam hinnata ning selle alusel valikuid teha eelkõige suurema meediakogemusega lugejad. See tähendab, et allikaviide ise ei mõju tähelepanu äratajana, vaid mõjub juhul, kui sõnumi vastuvõtjal on selle allika edastatud sõnumitega varasemaid kokkupuuteid, mille alusel saab sõnumi mingisse konteksti asetada ja selle usaldusväärsust hinnata.

Käesoleva magistritöö raames läbiviidud fookusgruppide põhjal võib öelda, et kõige rohkem köitsid lugejate tähelepanu pealkirjad, mis olid **seotud päevakajaliste teemadega**, mis valimisse valitud pealkirjade puhul tähendas ennekõike Ukraina kriisiga seonduvaid uudiseid.

Valimis oli otseselt Ukraina kriisiga, st Ukraina pinnal juhtunud käsitlevaid uudiseid neli, kuid üldisemalt tekkinud julgeolekukriisiga seonduvaid uudiseid oli valimis 50-st pealkirjast 18.

Samas aga saab ka päevakajaliste pealkirjade valimist analüüsida lugejate erinevast vajadusest: ühelt poolt soovisid respondendid olla Ukraina-teemaliste uudistega kursis seetõttu, et lihtsalt ollagi teemaga kursis.

N34: /---/ ikka väga päevakohane teema, mis seal Ukrainas toimub ja kuidas Venemaa käitub, et ikka tahaks lugeda /---/ Peab ikka kursis olema selle asjaga.

M19: Jah, kirjand on tulemas, et hea rääkida sellest.

Teisalt aga tõid respondendid välja vajaduse saada uut infot esiteks seetõttu, et end mingil teemal rohkem harida. See tuli eriti välja just Ukraina kriisiga seotud pealkirjade puhul – respondendid põhjendasid valikut sellega, et endale asjast „paremat pilti ette saada“. Samas aga toodi mitmel korral välja seda, et uus teadmine Ukraina sündmuste kohta võib aidata ka respondendil endal oma elukorraldust vastavalt vajadusele muuta.

2N24: mul oli samal teemal veel esikümnes, et Clinton: Putin võib kasutada sama ettekäänat Balti riikide ründamiseks./---/ Et veel rohkem infot saada.

1N18: Huvitav on vaadata, mismoodi see Ukraina värk areneb.

1M17: Sest siis ma tean, mis meid ees ootab.

M62: Võib-olla siis ka see annaks endale üldhariduslikku aspekti juurde selle teema peale vaatamisel.

Samasugune asi-mida-peab-teadma-põhjendus toodi välja ka pealkirja „Võimuliit leppis kokku ministrikohtade jaotuses“ puhul. See tuli välja eriti noorema grupi puhul, kus toodi välja, et teema iseenesest ei huvita, aga „peaks ikka teadma“. Samas aga toodi kolmandas ehk kõige kõrgema keskmise vanusega fookusgrupis välja, et pealkirjadel klõpsataks eelkõige seetõttu, et saada teada, kes ministriteks saavad. Grupis, mis koosnes maavalitsuse töötajatest, toodi selle pealkirja valikul põhjenduseks ka see, et kuna siseminister on nende otsene ülemus, siis seetõttu tundsid nad ka vajadust sellel pealkirjal klõpsata. Seega klõpsaksid respondendid ka pealkirjadel, mis on **seotud nende tööga**.

Tiit Hennoste (EPL 2008) on kirjutanud, et lisaks tavapärastele uudisväärtustele lisanduvad veebiajakirjanduses kommenteerimis- ehk klikiväärtused, mis on sündmuse, isiku või nähtuse omadused, mis panevad inimesed loo peale kommentaare esitama. Hennoste toob lisaks välja, et kindlad äratajad on teemad, mis ärritavad tugevalt, lähevad vastuollu ühe grupi arusaamade või üldlevinud eelarvamustega. Ka läbiviidud fookusgruppide põhjal võib olla, et sellised

ärritavad vastuolud pealkirjas tõepoolest mõjuvad hea tähelepanu äratajana. Samas aga eeldab nende vastuolude dekodeerimine lugeja poolt varasemat kogemust.

Pealkiri „Savisaar Moskvast: paremliberaalne valitsus kahjustas Eesti rahvastikku rohkem kui Teine maailmasõda“ lõi mainitud vastuolu. Näiteks tõi üks respondent välja, et see tekitab temas tugevat reaktsiooni. Kuigi respondent ütles algul, et teda häiris mõtlematu sõnum, tunnistas ta hiljem, et tegelikult on tal sõnumi edastajaga juba niivõrd negatiivsed seosed, mis tõenäoliselt muudavad ka sõnumi vastuvõtmise keerulisemaks.

N36: Rohkem mind antud hetkel häirib sõnum ise. Et kuidas saab keegi midagi nii rumalat välja öelda. Aga teiseks mind häirib kindlalt ka väljaütleva. Mind põhimõtteliselt häirib kõik, mis ta ütleb.

Edgar Savisaare isiku kui pigem ärritava teguri mõju valiku tegemisel tuli välja ka teistes fookusgruppides, näiteks „Savisaar sõidab Moskvasse“ pealkirja puhul, mis julgeolekuolukorras kontekstis respondentide ärritas, sest sooviti teada, miks ta just Moskvasse sõidab ning seda toodi ka pealkirja valimisel põhjenduseks.

Üks respondent nägi ärritavat vastuolu pealkirjas „Ruusaa: Urve Palo võiks Savisaare pea kohal vihmavarju hoida“. Nimelt tõi respondent välja, et tema arvates tundus pealkiri naistevaenulik. *Ma ilmselt eeldasin seda, et artiklis tuleb midagi sellist välja, et naispoliitika on loll* (N47). Ehkki see teda ärritas, valis ta selle 50 pealkirja hulgast teisele kohale. Seega ei tähenda see, kui lugeja esitatud sõnumiga ei nõustu, et see teda ei köidaks, vaid vastupidi – kui vastuolu on pealkirjas hästi välja toodud, ajendab tekkinud reaktsioon, kas siis negatiivne või positiivne, lugejat siiski pealkirjal klõpsama.

Suurt rolli pealkirjad valimisel mängis läbiviidud fookusgruppides ka **soov kasulikku infot saada**. Respondentide hulgas osutus väga populaarseks pealkirjaks „Viis toitu, mis hoiavad igavesti noorena“, mille valis kümne hulka üheksa respondenti 25-st. Eranditult kõik põhjendasid valikut sooviga saada kasulikku teadmist, mis aitaks endalgi noorem püsida.

M19: /--/ kes ei tahaks noor olla, jumala hea, saad teada viis toitu, mida pead iga päev sööma. Kasulik informatsioon ju..

1N18: /---/ Huvitav ja äkki uued ideed, et mida võiks süüa teha.

2M17: /---/ Siis tead, mida süüa, et vähe värskem välja näha.

2N55: Jah, sest tahaks nagu teada, kuidas igavesti noor olla ja näha, mis need viis toitu ikka on.

Pealkiri „Swedbank loobub „raha sisse“ automaatidest“ tõmbas lugejate tähelepanu samuti seetõttu, et kuna pangaautomaadid on midagi, mida suur osa inimestest tihti kasutab, mõjutab nende kadumine inimeste igapäevaelu.

1N24: No ikka, jah. Sellised uudised ongi nagu vajalikud, mida sul esimesena kohe vaja teada.

N36: /--/ mul on tõesti vaja teada seda. Et pangas kui ma lähen raha panema, siis ma maksan rohkem selle eest. See on vajalik asi, ja tõesti ei ole kuulnudki.

N17: ma tahaks teada, et miks loobub ja kas siis kaovad täitsa ära ja kuidas siis saab raha panka.

2M17: Tahaks teada, et kuna ise kasutad seda. /--/ Igapäevane tegevus.

Sõnum peab sisaldama selliseid asju, mis lugejat huvitavad - kuna iga suhtleja lähtub eelkõige enda vajadustest ja eemärkidest, siis tuleb ajakirjanikul seostada need vajadused paratamatult ka lugeja huvidega, muidu pole mõjutamine tõenäoline (Kasik 2007). Nende kahe pealkirja puhul tuleb pealkirjast selgelt välja, et lugeja saab sealt mingit kasulikku infot, samas aga pole põhjuseid pealkirjas avatud. Seega võib väita, et selliste pealkirjade puhul ei mõjuta lugejat niivõrd leksikaalsed valikud. Küll aga peab sõnum olema piisavalt arusaadav, et lugeja selle lugemisel kasutegurit märkaks.

Kui eelnevas analüüsis osas olid Ukraina kriisi teemalised pealkirjad vaatluse all nende päevakajalisuse aspektist, siis fookusgrupi intervjuudest tuli välja, et respondendid soovisid ka neist uudistest lisaks teemaga kursis olemise vajadusele kasulikku infot saada.

2N24: peaks nagu teadma, et kas peaks kohvleid pakkima.

M19: Jah, et kas peab juba Rootsi laevale piletid ära ostma.

See näitab taas kord, kuivõrd oluline on iga lugeja isiklike tegurite kompleks – kui ühe tähelepanu äratav pealkiri ühel põhjusel, siis teine leiab pealkirjast mõne hoopis muu teguri, miks see pealkiri võib temale kasulik olla. Sealjuures on ajakirjaniku jaoks oluline pealkiri sõnastada piisavalt täpselt, et lugeja enda jaoks olulised tegurid sealt välja loeks, ent samas piisavalt üldiselt, et see kõnetaks eri profiiliga lugejaid.

Respondente ajendas pealkirju valima ka nende **isiklikud huvid**. Nii valisid spordihuvilised inimesed spordiga seonduvaid uudiseid, poliitikahuvilised klõpsaksid kitsamalt neil Ukraina kriisi teemalistel uudistel, millest soovivad pikemat analüüsi saada ning autodest huvituvad respondendid valisid pealkirjad, mille alusel oli alust arvata, et juttu on autodest.

Väga vähe respondente valis kümne huvipakkuvama pealkirja hulka klassikaliseid spordi uudiseid, mis ei olnud kuidagi konfliktsed, st ei olnud seotud näiteks mõne tuntud sportlase tervikliku seisundi või dopingujuhtumitega. Seega mõjutas klassikaliste spordi uudiste valikul eelkõige respondendi enda isikliku huvi kas spordi või kitsamalt mõne kindla ala vastu.

M16: /-/- Tavaliselt loen esimesena alati spordi uudiseid ja ise mängin ka korvpalli.

See huvitab kõige rohkem.

2N18: mul on see, et Rock võitis ka kordusmängu ja pääses poolfinaali. Sellepärast, et ma jälgin spordi uudiseid ja tahaks täpsemalt teada, et kuidas.

Samuti toodi pealkirja „Teadlased avastasid pudru tervendava võime“ puhul välja, et see on seotud respondendi enda isiklike huvidega. Seega, ühelt poolt köidab justkui lugeja tähelepanu see, kui pealkiri on võimalik abstraktne, mistõttu mõjub see laiemale auditooriumile, ent samas selleks, et lugeja saaks aru, et pealkirja taga olev sisu võib olla seotud tema spetsiifilisemate huvidega, peab olema pealkiri võimalikult täpne.

N55: /---/ Ma lihtsalt tunnen väga palju alternatiivmeditsiini ja toidutegemise vastu huvi, siis ma arvan, et sisu mõttes need läksid mulle korda.

Fookusgrupi intervjuudest nähtus ka see, et kui pealkirjas on esitatud mingi teema, mis on **pikemat aega aktuaalne** olnud, siis lugeja klõpsaks sellel juba automaatselt, soovides jälgitud teema kohta uuendusi saada. Kasik (2007: 95) leiab, et üks otsesemaid mõjutuvahendeid on leksikaalsed valikud ehk sõnad, mis tekitavad vastuvõtjas tõenäoliselt mingisuguseid konnotatsioone. Selleks, et lugeja veebis kõigi pealkirjade hulgast tunneks ära selle, mis tekitab konnotatsioone varemjälgitud teemaga, tuleb aktuaalse teema puhul pealkirjas samu sõnu kasutada.

See tuli eriti välja Ukraina uudiste puhul – respondendid on seal toimuvat juba mõnda aega jälginud ning soovivad seetõttu sel teemal uuendusi saada. Samuti tuli see välja pealkirja „Michael Schumacheri elus on täna väga oluline päev“ puhul. Ka McDaniel (2014) on heade, lugeja tähelepanu äratavate pealkirjade iseloomustamisel rõhutanud märksõnade kasutamist.

M16: sest, noh, mind huvitab see. Ma jälgin kogu aeg, et kas ta tuleb koomast välja ja.

M19: Jah, mul on kaheksas. Ma hakkasin juba algusest peale vaatama, kui see õnnetus juhtus ja nüüd iga kord, kui midagi jälle pannakse, siis ma olen ikka vaadanud, jah.

1N24: Jah. Mina olen kõiki neid algusest peale lugenud.

N54: No ma olen nagu kogu aeg hoidnud silma peal, noh, ja nüüd on jälle muutus paremuse poole.

N62: absoluutselt. Kogu aeg saab ikka uuritud ja loetud.

Selle pealkirja puhul köitis respondentide ka see, et miks on täna Schumacheri elus oluline päev. Pealkirjas ei olnud seda öeldud, mistõttu põhjendasid nad, et ka sel on pealkirjal klõpsamise ajendamisel suur roll. Seega ajendas respondente pealkirjal klõpsama ka see, kui **midagi oli pealkirjas jäetud varjatuks**. Näiteks töid fookusgrupis osalejad välja:

N22: /--/ See pealkiri jätab väga palju lahtiseks ja sellepärast hakkadki lugema, et näha, mis seal pealkirja taga on.

N36: Jah, ta ei ütle kõike ära. Sellepärast tekitabki huvi.

Respondendid töid küsimusi tekitavat pealkirja ka teistel juhtudel välja kui ühe põhjustest, miks nad konkreetsel pealkirjal klõpsaksid. Näiteks tõi üks respondent pealkirjast „Posimees Poolas: Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees välja“, et *Ma praegu oletan, et see on ka Ukraina kriisiga seotud. Siin ei ole ka jälle seda, et Putin tegi seda ja Putin tegi teist, siis loeksin edasi. Et ei saa päris täpselt aru, et millest räägitakse (3N18)*. Seda, et küsimusi tekitav pealkiri ajendab neid ka igapäevaselt pealkirjadel klõpsama, kinnitasid teisedki osalejad.

3N18: Neid loed edasi, sest kui pealkirjas on olemas kõik öeldud, mis ka artikliga öeldakse, siis ma ei viitsi lugeda seda edasi.

2N18: . /---/ aga nende uudiste peal ma ka tavaliselt ei klikki, milles on kõik ära öeldud, sest ma ei näe vajadust oma aega selle peale raisata, et tervet artiklit lugeda, kui ma saan sellest ühest lausest kogu informatsiooni kätte.

N47: Ma pigem klikin neil, kus ei ole kõik välja öeldud

Samamoodi jättis midagi varjatuks, ent samas köitis respondentide tähelepanu **hästivalitud metafoorse kujundiga** pealkiri „Uus Pepsi reklaam ehmatas mitmed Londoni elanikud poolsurnuks“. Pealkiri küll ütleb, et reklaam ehmatas inimesed poolsurnuks, ent põhjust sealjuures ei ava.

N17: Ma ei tea, see tundub hästi huvitav, tahaks teada, et miks ehmatas poolsurnuks.

M19: Tahaks ka näha mingi ägedat videot, et mis on need põhjused, miks ehmatas. Kas see on nagu heas mõttes ehmatas.

2M17: Mul sama, et tahaks seda reklaami näha, et mis seal nii ehmatavat oli.

N55: Minu jaoks ka oli põnev. Ja tekitas selles mõtte huvi, et mis selles reklaamis sai niisugust olla. Põnevuse asi.

N55: Minu jaoks ka oli põnev. Ja tekitas selles mõtte huvi, et mis selles reklaamis sai niisugust olla. Põnevuse asi.

Samuti oli pealkirjal lugejale mõju juhul, kui pealkirjas oli märgitud midagi ebatavalist. Näiteks pealkiri „Poemüüja laskis Lasnamäel röövli maha“ äratas respondentide tähelepanu just ebatavalisus tõttu. Aruteludes toodi välja, et kui oleks olnud vastupidi, siis poleks see neile silma hakanud.

2M17: Tulistamist väga palju Eestis ei toimu, et pakub huvi.

N47: Mul kolmas, sest tavaliselt ma kujutaks vastupidist olukorda ette, et röövel laseb poemüüja maha.

M62: /---/Pigem selline uudne moment, et vaata, keegi suutis sedapidi toimida. See on nagu uudsus rohkem.

Respondente ajendas pealkirju valima ka **lootus saada sisust mingit lisaväärtust**, mis pealkirjas oli mainitud. Näiteks pealkiri „Pildid: rängas avariis Piibe maanteel hukkus kolm inimest“ just seetõttu respondentide tähelepanu äratas. Piltide ja videode märkimine lisab uudisele lisaväärtust läbi eksklusiivsuse: värske uudise juures on värsked pildid kohapealt.

3.4 Pealkirja valikut mõjutavate tegurite erinevused vanusegruppides

Fookusgrupi intervjuude põhjal võis märgata ka teatud erinevusi vanuse alusel moodustatud gruppides. Nimelt nähtus esimeses ehk kõige nooremas fookusgrupi intervjuus, et noori ajendas pealkirju valima eelkõige nende isiklikud huvid ja hovid. See ei tulnud teiste gruppide puhul nii väga esile.

M16: Ja, mul on esimene see. Tavaliselt loen esimesena alati spordiuudiseid ja ise mängin ka korvpalli.

3N18: /---/ Tegelikult kõige rohkem loen arvamusasju ja lugusid, aga neid siin praegu polnud. Ja siis tulevadki need, mis kuidagi Eestiga või minuga, noh sport, seotud on.

M16: Mulle meeldib endale vormelit telekast ka vaadata ja oleks tahtnud lugeda, et mis ta siis varesti tegi, et ta tulemus tühistati.

M16: Mind lihtsalt huvitab lennundus /---/

M16: Üldiselt jah, et need asjad, millega ise pole väga kokku puutunud, et neid väga ei viitsi lugeda.

2N18: Ma eelkõige loen sellieid uudiseid, mis mind isiklikult puudutavad kuidagi või siis isiklikest huvidest.

Uudisväärtustest mängisid kõnealuses grupis kõige olulisemat rolli värskus ja sensatsioonilisus – äsja juhtunud sündmused, mis on tavaliselt lühidalt kirja pandud ega nõua pikemat süvenemist. Arutelust tuli ka välja, et pealkirjas kooloniga eraldatud viidete, mis

osutavad videole või piltidele, kasutamine andis sisule palju juurde ning mõjus seetõttu ka juba pealkirjas boonuseks.

M19: Mina vaatan tavaliselt pealkirjasid ikka ja vahel kui silm peale juhtub, et kui mingi väike pilt ka juures. Ja kui tõesti on mingi põnev pealkiri ja aktuaalne teema, siis ma tavaliselt ikka vaatan neid ja tihti vaatan pilte ja videosid, väga pikki uudiseid ma ei viitsi lugeda. Vaatan pigem väikesed ja kiired uudised üle.

M16: /---/Mulle meeldivad ka avariid ja siuksed asjad kõik ja siis mulle meeldib siuksed uudiseid ka lugeda, mis väga päevakohased, mis on just juhtunud, sündmused siuksed.

21-45-aastase respondentide grupi liikmed valisid pealkirja eelkõige seetõttu, et lootsid sisust kasulikku informatsiooni saada. See tuli välja ka Ukraina kriisi pealkirjade puhul: kui kõige vanematest respondentidest koosnev ja kõige noorematest respondentidest koosnev fookusgrupp tõi välja, et nemad sooviksid sisust saada ennekõike uut üldist silmaringi laiendavat informatsiooni, siis keskmine grupp kartis eriti oma isikliku heaolu tõttu: *minul on esimene, et politoloog: olen saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised /---/ peaks nagu teadma, et kas peaks kohvreid pakkima (2N24).*

Vanemas grupis näis olevat kõige rohkem teadlikke meediatarbijaid. Tihti põhjendati millegi valimist sooviga uut teadmist saada ja millegi mittevalimist sellega, et *ma ju tean, et seal midagi tarka pole.*

M62: Võib-olla siis ka see annaks endale üldhariduslikku aspekti juurde selle teema peale vaatamisel.

N56: Tegelikult ongi mul siin see suunitlus, et oleks vaja pilt ette saada, mis targemad inimesed asjast arvavad.

N56: Lihtsalt et endal pilti ette saada hetkeolukorrast.

Kolmas ehk kõige vanematest osalejatest koosnev fookusgrupp eristus selgelt teistest selle poolest, et otsiti häid uudiseid. Ka Shoemaker (2006: 108) on välja toonud, et demokraatlikus ühiskonnas ei ole uudiseid tootva meedia roll peegeldada maailma sellisena, nagu ta on, vaid pöörata tähelepanu neile asjadele, mis vajavad lahendust. Seetõttu domineerivad pigem negatiivsed probleemsed uudised ning positiivsed ja tavapärased uudised ei olegi enam uudised.

Kõige kogenumad meediatarbijad kolmandas fookusgrupis ei soovinud näiteks klõpsata hukkunutega õnnetuste pealkirjadel, tuues põhjuseks, et *ma üldiselt hoian kõrvale igasugustest tüli ülekiskumistest ja masendavatet asjadest, kohe teadlikult (N56) ja ei taha*

vaadatagi selliseid asju (N47). Sellised pealkirjad olid aga just noorema grupi puhul märksa populaarsemad.

Seda, et vanemad meediatarbijad otsivad pigem positiivseid uudiseid iseloomustab suurepäraseltka see, et grupi kõik liikmed valisid Norra dopingust pajatava pealkirja köitvamaks kui pealkirja Eesti dopingupatustest. Grupp põhjendas oma valikut ka sellega, et kui norrakad jäävad vahele, siis on see nende jaoks positiivne uudis. Ehkki ühelt poolt võiks geograafiline lähedus olla Eesti sportlaste uudise puhul määravam, kaalus n-ö positiivsuses selle üles.

N56: Jah, minul ka see Norra doping, et Eesti dopingut nagu ei taha enam lugeda, et tekib masendus. Loeks siis pigem Norra dopingut, et parem väike kahjurõõm.

N56: Jah, seda Eesti jahu on juba liiga palju olnud ümber selle Eesti dopingu.

N62: Mina ka sellepärast valisin, et Norra on kogu aeg toonitanud, et nemad on nii puhtad ja eestlaste tulemused ei saa eales nii head olla. Meie usume, et meie sportlased ikka ei kasuta dopingut.

4 Järeldused ja diskussioon

Käesoleva magistritöö eesmärk oli selgitada välja milliseid tähelepanu äratamise võtteid pealkirjades kasutatakse ja kas need ka lugeja tähelepanu püüavad, tuues välja, mille alusel lugejad veebis pealkirju valivad. Järgnevalt on olulisemad järeldused esitatud uurimisküsimuste kaupa. Sellele järgneb diskussioon.

4.1 Järeldused

Kui varasemates meediauuringutes lähtuti vaid eeldusest, et meedia mõjutab auditooriumit, mitte vastupidi, siis käesolev magistritöö tõestas tasude ja tarvete kontseptsiooni sobivust tänases veebiajakirjanduse kontekstis.

Magistritöö eemärgiks oli selgitada välja, milliste võtete abil lugeja tähelepanu püütakse ning milliseid neist võtetest apelleerivad lugejale, st mille alusel valivad lugejad veebis pealkirjal, millel klõpsata. Järgnevalt toon välja peamised järeldused uurimisküsimuste kaupa.

Milliseid tähelepanu äratamise võtteid veebiuudise pealkirjades kasutatakse?

Nagu ka Laugaste (1986) on märkinud, ei pääse sõnum mõjule ainuüksi sisu, vaid ka kõla vahendusel. Analüüsist nähtus, et kõlakujundeid ei kasutatud analüüsitud pealkirjas peaaegu üldse, samas kui kõnekujundeid oli oluliselt rohkem.

Analüüsitud pealkirjades kasutati mõningal juhul **alliteratsiooni ja assonantsi**, ehkki pole võimalik välja selgitada, kas neid kasutati pealkirjastamisel taotuslikult või oli nende esitus juhuslik. Küll aga võib eeldada, et kui kasutatud oli tugevat alliteratsiooni, kus kordusid nii sõna alguskonsonant kui sellele järgnev vokaal, võis tegemist olla taotusliku alliteratsiooniga. Kui aga sama konsonandiga algavad sõnad ei olnud kõrvuti, on tegemist nõrgema alliteratsiooniga, mistõttu on selle mõju lugejale tõenäoliselt väiksem. Kuid nagu ka McDaniel (2004) välja on toonud, muudab alliteratsiooni ja assonantsi kasutamine pealkirja meeldejäavamaks, mistõttu paistab see teiste pealkirjade hulgast ka esile.

Kõnekujunditest **kasutati palju kulunud metafoore**, mis töötavad pigem fraseologismidena ehk on niivõrd laialdaselt kasutatavad, et kasutatakse igapäevaselt ka kõnekeeles. Uudseid metafoore analüüsitud pealkirjades ei olnud. Vähest keeleliste kujunditega riskeerimist võib selgitada sellega, et ehkki abstraktne pealkiri võib mõjuda efektiivse tähelepanu äratajana, teeb seda mingi piirini. Kasik (2007: 95) on märkinud, et üks otsesemaid mõjutuvahendeid on

sõnad, mis tekitavad vastuvõtjas tõenäoliselt mingisuguseid konnotatsioone. Seetõttu peab sõnumi edastaja tekstis kasutama niisuguseid väljendeid, mis langevad kokku lugeja teadmiste ja arusaamistega - sellega arvestamine on eelduseks, et lugeja viitsib sõnumi vastuvõtmisega vaeva näha (Kasik 2008). Seega ongi veebis artikli pealkirjastamisel ajakirjanikul oluline kasutada lugejatele tuttavaid sõnu ja väljendeid ning fraseologismid täidavad justnimelt seda eesmärki. Nii märkab lugeja kohe ka seda pealkirja, uudse metafoori puhul võib aga silm sellest üle minna. Samuti kasutati pealkirjades palju metonüümiat, mis tähendab ühe sõna asendamist teisega, mis seisab esimesega kuidagi otseses suhtes või kontaktis, kas siis ajalises, ruumilises mõttes, või moodustab osa sellest (Laugaste 1986). Seda võtet kasutati eelkõige juhul, kui riikidele või liitudele omistati konkreetsete inimeste tehtud otsused või nende tegevused. Seda võib seletada sellega, et selle asemel, et tegijad pikalt välja kirjutada, võimaldab metonüümilise kujundi kasutamine sõnumit öelda lühemalt, ilma et see lugeja jaoks arusaamatuks muutuks.

Valimis oli palju pealkirju, milles oli koolon. **Koolon omakorda ei mõju ise tähelepanu äratajana, vaid on vahend intertekstuaalsuse loomiseks.** Kasik (2008: 55) on välja toonud, et see, et uudiseid pannakse kokku eri allikatest saadud informatsioonist ja sõna antakse paljudele inimestele, on pigem reegel kui erand. Mõne tuntud, konfliktse või eksperdistaatuses allika kasutamine pealkirjas on tähelepanu äratamise kohapealt kindlasti õigustatud. Nii kasutati pealkirjades koolonit selleks, et tuua pealkirja alguses viide millelegi, kas siis allikale või lisaväärtusele, mida artiklist saab. Esimesel juhul võis eristada erinevat tüüpi allikaviiteid: viide allikale ees- ja perekonnanimega, ainult perekonnanimega või viide allika kvalifikatsioonile.

Võttes kõrvale enda kogemuse veebis ajakirjanikuna töötades, võin öelda, et neid tüüpe kasutatakse erinevatel juhtudel just selleks, et lugeja tähelepanu äratada. Nii kasutatakse vaid perekonnanime juhul, kui allikas on üldtuntud, ees- ja perekonnanime siis, kui allikas pole niivõrd tuntud või kui perekonnanimi on laialdaselt levinud. Inimest identifitseeritakse tema ameti järgi siis, kui ta pole üldtuntud või kui ta võtab mingil teemal sõna just oma ekspertsuse tõttu. Ka siinkohal on oluline see, et sõnumi edastaja eesmärk ning sõnumi vastuvõtja arusaamine sõnumist oleksid vastavuses, nagu on märkinud efektiivset teate edastamist kirjeldanud Kasik, McQuail, Lauristin ja Vihalemm. Selleks, et sõnum mõjule pääseks, peab olema allikaviide piisavalt arusaadav ning samuti peab allikale omastatud sõnum pealkirjas allikaga sobima.

Koolon võimaldas pealkirjale muudki lisaväärtust anda – näiteks eraldati kooloni abil viide artiklis sisalduvatele piltidele või videotele. Ühel juhul oli kooloni ees ka väljend *Vaata otse*, mis on hea näide sellest, kuidas lugejat üles kutsuda ning tekitada tunne, et ta saab millestki osa. Ka Lauristin ja Vihalemm (1977) on välja toonud selle, et inimesi ajendab ennekõike meediat tarbima vajadus nii lähemal kui kaugemal toimuvatest asjadest osa saada. Pealkirjas selgelt välja toodud viide sellisele võimalusele mõjub seetõttu hea tähelepanu äratajana.

Mille alusel valivad lugejad veebis klõpsamiseks pealkirju?

Tasude ja tarvete lähenemises teevad inimesed valikuid vastavalt oma vajadustele, otsustades ise selle, milline meediavalik tagab suurima kasu (Katz et al 1973-74). Kusjuures need vajadused sõltuvad indiviidi vanusest, soost, suhtestaatusest, grupikuuluvusest ja isiklikest huvidest (Balnaves et al 2009: 69). Ka McQuail (2003) on meediavaliku mõjutegurid jaganud kaheks – auditooriumipoolsed ja meediumipoolsed tegurid. Samuti veebis info selekteerimist uurinud Schumacher ja Bucher (2006) küsimuse, kas veebiuudiseid lugedes on tähelepanu vabatahtlik või sunnitud ehk kas tähelepanu kõitja on sõltuv sõnumi vastuvõtja huvidest ja taustast või on see pigem meediapoolne ehk tähelepanu kõidab see, mis on jaoks silmapaistvaks tehtud ja esile tõstetud. Seetõttu oli ka käesoleva magistritöö eesmärgist lähtuvalt uurima, millist rolli mängivad need tegurid selles, millised pealkirjad lugejad valiksid klõpsamiseks ja millised mitte.

Veidi üllatuslikult selgus käesolevast uurimusest, et veebis pealkirjad valikul mängib märksa olulisemat rolli lugeja taust, tema huvid ja muu. Ka Schumacher ja Bucher leidsid oma kaheksa aasta taguses uurimuses, et veebiportaali kujunduselementidel on selektsiooniprotsessis oma roll, ent veebis uudiseid lugedes on inimestel siiski strateegiline kontroll info selekteerimise ja valiku üle. Ka Hennoste (2010) on välja toonud, et kui klassikaline paberlehe lugemine on suuresti sirvimine, siis veebiajakirjanduses on portaali eeskätt n-ö klikileht, mis tähendab seda, et lugeja silma eest mööduvad lehekülge rullides pealkirjad, mis peavad teda mõjutama niivõrd, et ta nende lugude peal klõpsaks.

Aruteludest nähtus, et väga vähe, kui üldse respondente tõi välja, et neid mõjutas pealkirja valikul viimase konstruktsioon. Lauristin ja Vihalemm (1977) on toonud välja, et tunnusjooni, mis teadet vastuvõtja seisukohalt iseloomustavad, on muuhulgas teate esitatud teema lähenemisviis ja teate esitusviis erinevate vahendite ja võtete läbi. Toona oletasid autorid, et kõige suuremat rolli mängib auditooriumi jaoks neist esimene ning kõige vähem viimane. See selgus ka käesoleva uurimuse käigus: **respondentide jaoks mängis märksa olulisemat rolli**

teema lähedus, samas kui pealkirjas kasutatud keelelisi võtteid nad huvipakkuvana ei märkinud. Respondentide vastustest ilmnes, et ainsana mõjutab valikut pealkirja selline esitusviis, mis jätab lugeja jaoks midagi varjatuks, mistõttu tahab lugeja sellel pealkirjal klõpsata. Teema lähedust saab aga vaadelda mitmest aspektist, millest üks on geograafiline lähedus. Kuigi on igati loogiline, et lugeja tähelepanu äratav pealkirjas mainitud koht, mis on temale geograafiliselt võttes lähedal, jääb siiski küsimus, millal peaks ajakirjanik seda paika rohkem avama ning millal vähem. Nii võibki Hiiumaa inimese tähelepanu äratada kas või pealkirjas mainitud küla, samas kui suurema üldsuse jaoks jääb see tundmatuks. Siit aga tekibki küsimus, kas ajakirjanik peab pealkirjastamisel silmas kohalikke inimesi või rõhub hoopis millelegi muule, nii et konkreetne koht võib mõnele muule lugejale mõjuda hoopis geograafiliselt kaugena ja seetõttu ebatavalisena.

Väga oluline oli ka teema **päevakajalisus**. Valimisse mahtus väga palju pealkirju, mis olid seotud Ukraina kriisiga. Väga paljudes neist oli pealkirjas sees ka allikaviide. Selliste pealkirjade valimist põhjendasid respondendid sellega, et kui pealkirjas olev allikas on nende eelnevale kogemusele tuginedes paistnud silma hea analüüsivõimega, loodavad ka respondendid pealkirja taga olevast artiklist saada analüüsi, mis rahuldaks nende kriisi parema mõtestamise vajadust. Lisaks põhjendati valikult seetõttu, et see on asi, millega peab kursis olema. Enamikel juhtudel oli **pealkirja valikul suurimaks mõjuteguriks siiski respondendi enda isiklikud huvid või vajadused**, mida eeldati pealkirja taga olevast artiklist leida.

Alter *et al* (2005:298) märgivad, et tarbijad saavad väga vähe informatsiooni, miline pealkirja taga olevatest lugudest omab uudistetoimetaja silmis suuremat rolli. Samas on aga väga vähe uuritud seda, mis on auditooriumi jaoks uudisväärtuslik. Siin tasub aga taas minna tagasi tasude ja tarvete lähenemise juurde, mille järgi otsustab inimne ise oma vajadustele tuginedes, mis annab talle suurima kasu. Samuti on Lauristin ja Vihalemm (1977) välja toonud, et meedia pikaajalisel kasutamisel kujuneb välja meediatarbija püsiv kindel isiklike vajaduste kompleks, mida meedia rahuldab. Ent nagu aruteludest selgus, ongi üheks olulisemaks vajaduseks vajadus olla informeeritud. See läheb kokku ka erinevate uudisväärtuste käsitlemisega alates Galtungist ja Ruge'ist kuni Ruhrmannini, mis pakub informatsiooni lähtudest varemmainitud geograafilisest lähedusest või ka prominentsusest või millestki muust.

Samas aga eristusid vajadused erineva vanuselise koosseisuga gruppides: kui kõige noorematest respondentidest koosnev fookusgrupp lähtus ennekõike enda isiklikest huvidest

ja hobidest, siis keskmise vanuselise koosseisuga grupp tegi valikuid lähtudes sellest, millest neil võiks kõige suurem kasu olla. Kõige vanem grupp näis olevat kõige meediateadlikum: neid ajendas pealkirjas klõpsama vajadus uue, üldhariva informatsiooni järele. See ühtis ka Lauristini ja Vihalemma (1977) käsitlesega, mille järgi on üks olulisemaid tegureid, mis ajendab inimest meediat tarbima, vajadus olla informeeritud – see aitab inimesel saavutada tunnet et ta on „eluga kursis“. Samuti toodi põhjustena välja varasemat meediatarbimise kogemust, olgu see siis negatiivne (jätab teadlikult pealkirjal klõpsamata) või positiivne (näiteks allikaviite näol usaldusväärse informatsiooni eeldus).

See järeldus ühtib ka Katzi, Blumleri ja Gurevitchi juba veebieelse käsitlesega tasude ja tarvete lähenemisest. Nimelt töid autorid (1973) tasude ja tarvete lähenemise eeldustena välja, et auditooriumi liige otsustab ise, milline valik tagab talle suurima kasu ning samuti teadvustab oma huvi, motive ja vajadusi.

4.2 Diskussioon

Kui bakalaureusetöös esitasin tulemustele tuginedes soovitusi pealkirjastamiseks, siis käesoleva magistrیتöö alusel ma neid soovitusi enam nii julgelt ei jagaks. Tõenäoliselt mängis siin rolli bakalaureusetöö väike valim. Magistrیتöös selgub aga, et konkreetseid nippe pealkirjastamiseks on väga keeruline jagada: kui Lauristin ja Vihalemm (1977) töid välja, et kindlat sõnumi vastuvõtja tüüpi rahuldab tarbimise peamise ajendite kombinatsioon ehk kindel vajaduste kompleks, siis tänapäeval infokülluses võib seda väidet veelgi kitsendada. Nimelt mõjutab iga inimest tema enda isiklike vajaduste kompleks.

Ent nagu on erinevad autorid, sealhulgas Kasik, Vihalemm ja McQuail, välja toonud, on mõjustamine ehk antud juhul tõenäosus, et lugeja pealkirjal klõpsab, kõige suurem siis, kui saavad kokku töös analüüsitud kaks poolt: isiklike vajaduste kompleks ja hea tähelepanu äratajana mõjuv pealkiri. Samas aga selgus, et kuna iga lugeja taust, profiil ja huvid on niivõrd personaalsed, ei tähenda hea tähelepanu äratajana mõjuv pealkiri mitte detailseid leksikaalseid valikuid, vaid hoopis seda, et pealkiri apelleerib võimalikult laiale auditooriumile.

Seega võib väita, et mida vähem on pealkirjas öeldud, seda suurema lugejaskonna isiklike vajaduste kompleksiga see ühtib. Samas aga, nagu selgus ka muuhulgas Kaukvere (2013) uurimusest, piisab pärast pealkirjal klõpsamist kas või juhtlõigust, et lugeja saaks teha otsuse, kas see vastab tema ootustele. Kui ei, siis ta artiklit edasi ei loe. Ka Hennoste (2010) toob veebiajakirjandusest kõneledes sisse termini „klikileht“, mis tähendab seda, et lugeja silma

eest mööduvad lehekülge rullides pealkirjad, mis peavad teda mõjutama niivõrd, et ta nende lugude peal klõpsaks. Kui ei huvita, ei klõpsa, ning suurem osa lugudest jääbki lugemata. Hennoste märgib, et võidujooks klõpsude nimel ongi justnimelt pealkirju kõige enam mõjutanud.

Kui aga siia juurde võtta veebiajakirjanduse ärihuvid, ei piisa „tühjast klõpsust“, vaid eeldatakse, et lugeja püsib artiklil kauem. Seega võib öelda, et eksitava pealkirjaga klõps on ärihuvidest lähtuvalt kaotsiläinud klõps.

Kokkuvõte

Käesoleva magistritöö eesmärk oli selgitada välja, milliseid tähelepanu äratamise võtteid veebiartiklite pealkirjades kasutatakse ja kuidas mõjutavad need seda, millise pealkirja lugeja valib klõpsamiseks ja millise jätab kõrvale.

Pealkirjades kasutatavate keeleliste kujundite analüüsiks moodustus nädala jooksul Postimees.ee veebilehelt 140 pealkirjaga valim. Pealkirjade analüüs keskendus eelkõige keelelistele mõjustamisvahenditele, olgu nendeks siis kõla- või kõnekujundid või kirjavahemärgid intertekstuaalsuse lisamiseks.

Seejärel läbiviidud kolmes fookusgrupis selgus, et respondendid ei teadvustanud endale, nagu mõjutaksid keelelised võtted nende valikut. Kõitvate pealkirjade valikul lähtuti eelkõige uudisväärtuslikest teguritest, nagu näiteks päevajalisus, aktuaalsus, värskus. Sama olulist rolli mängis valikul aga ka lugeja enda isiklike vajaduste kompleks, mille moodustavad nii lugeja end taust kui huvid.

Kõige suurem on pealkirja mõju lugejale ning seeläbi ka klõps tõenäoliselt garanteeritud siis, kui kokku saavad töös käsitletud kaks poolt: hea tähelepanu äratajana mõjuv pealkiri ning lugeja enda isiklikud huvid ja vajadused. Sellele on varem osundanud teiste hulgas ka McQuail, Laurisitin ja Vihalemm ning reklaamtekstide mõjustamisvõtteid uurinud Reet Kasik.

Summary

Nowadays, not only do different mediums compete on attention market, but at the same time, news on any news site compete with each other as well. News headline as the only „package“ of the product itself – news content – has a big part in grabbing the readers' attention.

The aim of this Master's thesis „News headlines' role in attracting readers attention illustrated by Postimees.ee“ is to point out which attention grabbing tools do online news headlines consist of, and what factors affect people while selecting news.

To find out the answer for the first part, this thesis took 140 news headlines from news site Postimees.ee. Then, a textual analysis was conducted, focusing on linguistic patterns in the headlines. Also, the analysis examined how is punctuation used in the headlines to create intertextuality. All of the mentioned can be seen as attention grabbing tools.

Then, in three focus groups, the respondents examined 50 of those headlines and pointed out the ones, they felt grabbed their attention the most. Respondents did not feel like linguistic patterns in the headlines influenced their news selection. The study showed that factors, that influence readers' choices while selecting news headlines, are mostly connected to news values and factors – actuality, topicality, closeness.

At the same time, readers' own individual needs' complex played a big part in selecting news headlines. The complex consists of reader's own background and interests.

This Master's thesis concludes that an online news headline has its biggest influence while the two mentioned come together: on one hand, a headline is more memorable when it has some linguistic playfulness in it, but at the same time, this alone does not make readers choose the headline, when they do not feel it meets their needs.

Kasutatud kirjandus

- Alasuutari, P. (1999). *Rethinking the media audience: the new agenda*. London: Sage publications.
- Alter, S & S. Knobloch-Westerwick & N. Sharma & D. L. Hansen (2005). Impact of popularity indications on readers' selective exposure to online news. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 49:4, 296-313.
- Balnaves, M. & S. Donald & B. Shoemith. (2009). *Media theories and approaches: a global perspective*. New York: Palgrave Macmillan.
- Baran, A. (2003). *Fraseoloogilise materjali analüüsivõimalustest*. A. Krikmann (toim.). Uurimusi folkloori lühivormidest.
- Brighton, P & D. Foy. (2007). *News values*. London, Los Angeles: SAGE.
- Bucher, H-J & P. Schumacher. (2006). The relevance of attention for selecting news content. An eye-tracking study on attention patterns in the reception of print and online media. *The European Journal of Communication Research*, 31:3, 347-368.
- Hall, S. (1980). *Encoding/decoding*. London: Hutchinson.
- Hennoste, T. (2008). *Uudise käsiraamat: kuidas otsida, kirjutada, toimetada ja serverida ajaleheuudist*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Hennoste, T. (2010). *Kommikoer ja pommikoer: üksteist lugu Eesti ajakirjandusest*. Tallinn: Kultuurileht.
- Hiimaa, A. (2010). Õpetajakoolitust läbivate tudengite käitumismuster Postimees.ee leheküljel. Bakalaureetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Kasik, R. (2007). *Sissejuhatus tekstiõpetusse*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Kasik, R. (2008). *Meediatekstide analüüs: eesmärgid ja metoodika*. Tekstid ja taustad V. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 10-41.
- Katz, E & J. G. Blumler & M. Gurevitch. (1973-74). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37:4, 509-523.
- Kaukvere, T. (2013). *Postimehe paber- ja veebiväljaande lugemine üliõpilaste hulgas*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.

- Knobloch, S & M. Hastall & D. Zillmann & C. Callison. (2003). Imagery Effects on the Selective Reading of Internet Newsmagazines. *Communication Research*, 30:1, 3-26.
- Krikmann, A. (2003). *Kaasaegse metafooriteooria panus parömioloogiasse*. Reetor (1): uurimusi folkloori lühivormidest. Tartu: Eesti kirjandusmuuseum.
- Krueger, R.A & M. A. Casey. (2000). *Focus groups: a practical guide for applied research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Laugaste, E. (1986). *Eesti rahvaluule*. Tallinn: Valgus.
- Lauristin, M. & P. Vihalemm. (1977). *Massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Riiklik Ülikool.
- Lippmann, W. (1927). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- McDaniel, L. (2014). 10 ways to write winning headlines: if you want your readers to pay attention, start by getting their attention. *Communication World*, 9-11.
- McQuail, D. (2003). *Massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Mihelson, H. (2012). *Lugejate reaktsioon veebiartikli pealkirjale kui tähelepanu äratajale*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Nordenson, B. (2008). Overload! Journalism's battle for relevance in an age of too much information. *Columbia Journalism Review*, URL http://www.cjr.org/feature/overload_1.php?page=all.
- Palta-Kivi, K. (2010). *Postimehe online-väljaande lugemine gümnasistide hulgas*. Bakalaurustöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Peegel, J. (2006). *Eesti vanade rahvalaulude keel*. Tallinn : Eesti Keele Sihtasutus.
- Ruddock, A. (2001). *Understanding audiences: theory and method*. Los Angeles: SAGE.
- Sarv, M. (2003). *Lühivormide heakõlalisuse ehituslikest eeldustest*. A. Krikmann (toim). Uurimusi folkloori lühivormidest. Tartu: Eesti kirjandusmuuseum.
- Schwarz, A. (2005). The theory of newsworthiness and its intercultural validity – a comparison of Mexican and German news selection. *International Communication Association*, 1-29.
- Shoemaker, P.J. (2006). News and newsworthiness: A commentary. *The European Journal of Communication Research*, 31:1, 105-111.

- Stewart, D. W & P. N. Shamdasani & D.W. Rook. (2007). *Focus groups: theory and practice*. Thousand Oaks: SAGE.
- Tewskbury, D. What Do Americans Really Want to Know? Tracking the Behavior of News Readers on the Internet. *Journal of Communication*, 63:4, 694-710.
- Vihalemm, P. (2010) *Meedia efektid ja efektiivsus*. Käsikirjaline loengukonspekt. Tartu Ülikool, ühiskonnateaduste instituut.
- Vihalemm, T. (2012). *Fookus-Grupp*. Loengukonspekt. Tartu Ülikool, ühiskonnateaduste instituut.

Lisad.

Lisa 1. Fookusgrupi kava.

TEGEVUS	AEG	ÜLESANNE	TEKST
Magistritöö tutvustus, ülevaade fookusgrupi intervjuu käigust	5 min		
Ülesanne: pealkirjade järjestamine	10 min	Fookusgrupis osalejad märgivad pealkirju (paberil).	<i>Teie ees on 50 pealkirja, mis on võetud Postimehe veebist ühe märtsinädala jooksul. Palun teil teha valik: märkige neist 50st pealkirjast 10, mis on teie jaoks kõige huvipakkuvad, st millel te kindlasti klõpsaksite, et pealkirja taga olevat artiklit lugeda.</i> <i>Samuti palun, et te järjestaksite need pealkirjad ühest kümneni nii, et neist kümnest kõige huvitavama märgiksite 1 ga.</i>
Arutelu: pealkirjade valiku põhjused	40 min	Fookusgrupis osalejad osalevad aruteluringis, põhjendades, miks nad ühel või teisel pealkirjal klõpsaksid.	<i>Järgmiseks palun igal osalejal oma valikut tutvustada. Alustame näiteks vasakult, palun öelge, milline pealkiri etteantud 50st püüdis sinu tähelepanu kõige rohkem?</i> <i>Abiküsimused: Kas kellelgi oli veel see esimene? Aga 10 huvipakkuvama hulgas?</i> <i>Miks te just sellel pealkirjal klõpsaksite?</i> <i>Mille alusel te just selle pealkirja 10 hulka valisite?</i>
Lõpetus	10 min	Osalejad täidavad ankeedid (paberil).	<i>Suur aitäh teile. Kas kellelgi tekkis veel intervjuu teemaga seoses mõni mõte, mida tahaksite jagada?</i> <i>Lõpetuses jagan teile ankeedid, mille palun teil täita.</i>

Lisa 2: ankeet

Üldandmed

Sugu (*tõmmake palun sobivale vastusele ring ümber*):

M N

Vanus:

Haridustase (*märkige sobiv vastus palun x-ga*):

.... Põhiharidus

.... Keskharidus

.... Keskeriharidus

.... Rakenduslik kõrgharidus

.... Bakalaureusekraad (või sellele vastav haridus)

.... Magistrikraad (või sellele vastav haridus)

.... Doktorikraad (või sellele vastav haridus)

Teie kvalifikatsioon (*märkige sobiv vastus palun x-ga*):

.... Tööline või abiteenistuja

.... Spetsialist

.... Juht

..... Muu _____

Keskmine sissetulek kuus (*märkige sobiv vastus palun x-ga*):

.... Kuni 350 eurot kuus

.... 350-500 eurot kuus

.... 501-700 eurot kuus

.... 701-1000 eurot kuus

.... 1000+ eurot kuus

Hobid. Kirjutage palun siia, millega teile meeldib vaba ajal tegeleda.

Teie meediatarbija

Kui tihti tarbite allolevaid meediumeid? (*Valige palun igas reas üks sobiv vastus*)

	Üldse mitte	Väga harva	Harva	Tihti	Väga tihti
Raadio					
Televiisor					
Paberajaleht					
Ajalehe veebiversioon					
Uudisteportaal/-agentuur					

Täpsustage palun kaht viimast, st mitu korda päevas/nädalas/kuus te veebist uudiseid loete?

Milliste ajalehtede veebiversioone või milliseid uudisteportaale/-agentuure te jälgite?

Millist vahendit eelistate uudiste lugemisel?(*märkige sobiv vastus palun x-ga*):

.... Paberajalehte

.... Laua- või sülearvutit

.... Nutitelefoni

.... Tahvelarvutit

Mis ajal päevas te eelistate meediat tarbida?

.... Hommikul kuni kella 10ni

.... Tööle/kooli jõudes kell 10-12

.... Päeval kell 12-17

.... Õhtul pärast tööd/kooli/muid tegemisi, kell 17+

Aitäh!

Lisa 3: pealkirjade valik 1. fookusgrupis

	M19	1N18	2N18	3N18	N17	M16	1M17	2M17
1. Pildid: rängas avariis Piibe maanteel hukkus kolm inimest	1.	1.						2.
2. Homme Postimehes: Eesti autovargad kiusasid Stockholmi rikkaid						8.	6.	
3. Kus valmivad seriaalid tegelikult?					1.			9.
4. Uus valitsusliit tõstab esimese ja teise lapse toetuse 45 eurole		5.	8.	5.				
5. Vormel-1 sarja avaetapil teiseks tulnud Ricciardo tulemus tühistati				6.		2.		
6. Politoloog: olen saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised		2.			4.		5.	
7. Lihtne arvutus paljastab anomaalia Krimmi referendumi tulemustes								
8. Vene asepeaminister heitis USA sanktsioonide üle nalja								
9. Võimuliit leppis kokku ministrikohtade jaotuses			1.	1.	5.			
10. Savisaar sõidab Moskvasse							10.	
11. Suurbritannia pakub Baltikumi õhuruumi täiendavaks turvamiseks hävitajaid			5.	10.		3.	2.	
12. Piibe maanteel õnnetusse sattunud politseiauto juht oli kaine								
13. Rünnakus Simferopoli sõjaväebaasile hukkus Ukraina sõdur								
14. Biden: USA kaalub roteeruvate vägede saatmist Balti regiooni			6.					
15. Krimmis jagatakse juba sõjasaaki								
16. Damon Hill: Schumacheri sõnad teevad haiget, aga tal võis õigus olla								
17. Nabi tiimist lahkunud treener räägib suu puhtaks			3.	7.	7.			4.
18. Moskva väljendas muret Eestis elavate venelaste pärast		3.					1.	
19. Clinton: Putin võib kasutada sama ettekäänat ka Balti riikide ründamiseks		4.						
20. Viis toitu, mis hoiavad igavesti noorena	3.	10.						5.
21. Tallinnas Pae tänaval toimunud tulistamises sai inimene surma								10.

22. Postimees Poolas: Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees			7.	1.			9.	
23. Rein Taagepera: Putin kaotab, mida enam võidab								
24. Video: Moskvast naasnud Savisaar ärritus ajakirjanike küsimuste peale	6.					4.		
25. Kolme Eesti suusataja verenäidud koos spetsialisti kommentaariga								
26. Kross: härra Savisaar, ma olen Teiega nõus								
27. Karmid vennad need Soome uusnatsid								
28. Tartu linnas toimunud tulekahjus hukkus kaks ja sai kannatada üks inimene								
29. Teadlased avastasid pudru tervendava võime								
30. Urmas Kruuse tuleb Tartust valitsusse								
31. Eesti Post mattub Hiina e-poodide kauba alla								6.
32. Eerik-Niiles Kross võrdleb Putini kõnet ja Hitleri kõnesid		6.						
33. Swedbank loobub «raha sisse» automaatidest		8.	9.	8.	8.		7.	3.
34. Palo: palun vabandust!								
35. Sanktsioonidega karistatud Sevastopoli linnapea müüb Tallinnas elektroonikat								
36. Baruto suurt konkurenti tabas eestlase saatus								
37. Rock võitis ka kordusmängu ja pääses Balti liiga poolfinaali			2.	9.		1.		
38. Venemaa ähvardas «peegeldada» lääne sanktsioone								
39. Michael Schumacheri elus on täna väga oluline päev	8.	7.				10.		
40. Vene väed tungisid soomukiga Belbeki õhuväebaasi						9.	4.	
41. Ruusaa: Urve Palo võiks Savisaare pea kohal vihmavarju hoida								
42. Galerii: vaata, mida ja kuhu Tallinnas praegu ehitatakse	9.						8.	
43. Vene diplomaat nõuab läänelt Baltimaade mittekodanikega tegelemist								
44. Uus Pepsi reklaam ehmatas mitmed Londoni elanikud	4.				2.			7.

poosurnuks								
45. Savisaar Moskvast: paremliberaalne valitsus kahjustas Eesti rahvastikku rohkem kui Teine maailmasõda					9.			
46. Poemüüja laskis Lasnamäel röövli maha	5.	9.				6.		
47. Vaata, kui palju Euroopa riigid Venemaast sõltuvad	10.		4.	3.	6.		3.	8.
48. Kolm Norra sportlast jäi dopingu tarvitamisega vahele			10.	4.		7.		
49. Soomes uppus laevalt üle parda kukkunud eestlane	7.					5.		
50. Autoremont: kas suur pettus või aus äri?	2.				3.			1.

Lisa 4: pealkirjade valik 2. fookusgrupis

	2N24	2N21	1N21	N38	1N24	N22	N36	N34	N42
1. Pildid: rängas avariis Piibe maanteel hukkus kolm inimest			1.			9.			
2. Homme Postimehes: Eesti autovargad kiusasid Stockholmi rikkaid					5.				
3. Kus valmivad seriaalid tegelikult?			5.						
4. Uus valitsusliit tõstab esimese ja teise lapse toetuse 45 eurole	2.	3.		4.		3.	2.	1.	2.
5. Vormel-1 sarja avaetapil teiseks tulnud Ricciardo tulemus tühistati		9.							
6. Politoloog: olen saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised	1.			3.		1.	1.	3.	3.
7. Lihtne arvutus paljastab anomaalia Krimmi referendum tulemustes		2.					7.		
8. Vene asepeaminister heitis USA sanktsioonide üle nalja								7.	
9. Võimuliit leppis kokku ministrikohtade jaotuses				2.		6.		6.	1.
10. Savisaar sõidab Moskvasse		5.							
11. Suurbritannia pakub Baltikumi õhuruumi täiendavaks turvamiseks hävitajaid				5.					

12. Piibe maanteel õnnetusse sattunud politseiauto juht oli kaine									
13. Rünna Simferopoli sõjaväebaasile hukkus Ukraina sõdur									
14. Biden: USA kaalub roteeruvate vägede saatmist Balti regiooni							5.		
15. Krimmis jagatakse juba sõjasaaki									
16. Damon Hill: Schumacheri sõnad teevad haiget, aga tal võis õigus olla				9.					
17. Nabi tiimist lahkunud treener räägib suu puhtaks			9.	4.	2.		8.	8.	
18. Moskva väljendas muret Eestis elavate venelaste pärast	5.	1.	8.						
19. Clinton: Putin võib kasutada sama ettekäänet ka Balti riikide ründamiseks	6.						4.		
20. Viis toitu, mis hoiavad igavesti noorena			7.		10.				
21. Tallinnas Pae tänaval toimunud tulistamises sai inimene surma					3.	8.			
22. Postimees Poolas: Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees									
23. Rein Taagepera: Putin kaotab, mida enam võidab								9.	
24. Video: Moskvast naasnud Savisaar ärritus ajakirjanike küsimuste peale						6.			
25. Kolme Eesti suusataja verenäidud koos spetsialisti kommentaariga			1.	1.	2.			9.	10.
26. Kross: härra Savisaar, ma olen Teiega nõus									
27. Karmid vennad need Soome uusnatsid									
28. Tartu linnas toimunud tulekahjus hukkus kaks ja sai kannatada üks inimene									
29. Teadlased avastasid pudru tervendava võime			4.				10.		5.
30. Urmas Kruuse tuleb Tartust valitsusse									
31. Eesti Post mattub Hiina e-poodide kauba alla	10.	8.		6.		7.			

32. Eerik-Niiles Kross võrdleb Putini kõnet ja Hitleri kõnesid									
33. Swedbank loobub «raha sisse» automaatidest	4.		3.		1.		8.		
34. Palo: palun vabandust!									
35. Sanktsioonidega karistatud Sevastopoli linnapea müüb Tallinnas elektroonikat									
36. Baruto suurt konkurenti tabas eestlase saatus							10.		
37. Rock võitis ka kordusmängu ja pääses Balti liiga poolfinaali									
38. Venemaa ähvardas «peegeldada» lääne sanktsioone									
39. Michael Schumacheri elus on täna väga oluline päev			10.		8.	4.			
40. Vene väed tungisid soomukiga Belbeki õhuväebaasi									
41. Ruusjaar: Urve Palo võiks Savisaare pea kohal vihmavarju hoida				10.					4.
42. Galerii: vaata, mida ja kuhu Tallinnas praegu ehitatakse									
43. Vene diplomaat nõuab läänelt Baltimaade mittekodanikega tegelemist									
44. Uus Pepsi reklaam ehmatas mitmed Londoni elanikud poolsurnuks	3.	7.		2.		10.	9.		
45. Savisaar Moskvast: paremliberaalne valitsus kahjustas Eesti rahvastikku rohkem kui Teine maailmasõda	8.	4.	9.				3.		
46. Poemüüja laskis Lasnamäel röövli maha		6.			6.				
47. Vaata, kui palju Euroopa riigid Venemaast sõltuvad	9.					5.	5.	2.	6.
48. Kolm Norra sportlast jäi dopingu tarvitamisega vahele		10.	2.						7.
49. Soomes uppus laevalt üle parda kukkunud eestlane				8.					
50. Autoremont: kas suur pettus või aus äri?	7.				7.		4.		

Lisa 5: pealkirjade valik 3. fookusgrupis

	N47	N54	M62	N62	N56	N55	2N55	N63
1. Pildid: rängas avariis Piibe maanteel hukkus kolm inimest				3.	5.			
2. Homme Postimehes: Eesti autovargad kiusasid Stockholmi rikkaid		3.						
3. Kus valmivad seriaalid tegelikult?	4.							10.
4. Uus valitsusliit tõstab esimese ja teise lapse toetuse 45 eurole		1.		2.				1.
5. Vormel-1 sarja avaetapil teiseks tulnud Ricciardo tulemus tühistati								
6. Politoloog: olen saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised				6.	3.	1.		
7. Lihtne arvutus paljastab anomaalia Krimmi referendum tulemustes								
8. Vene asepeaminister heitis USA sanktsioonide üle nalja			4.					
9. Võimuliit leppis kokku ministrikohtade jaotuses					9.	5.	1.	7.
10. Savisaar sõidab Moskvasse				10.				
11. Suurbritannia pakub Baltikumi õhuruumi täiendavaks turvamiseks hävitajaid								2.
12. Piibe maanteel õnnetusse sattunud politseiauto juht oli kaine								
13. Rünnakus Simferopoli sõjaväebaasile hukkus Ukraina sõdur								
14. Biden: USA kaalub roteeruvate vägede saatmist Balti regiooni						8.	6.	3.
15. Krimmis jagatakse juba sõjasaaki	7.		3.					
16. Damon Hill: Schumacheri sõnad teevad haiget, aga tal võis õigus olla		6.						
17. Nabi tiimist lahkunud treener räägib suu puhtaks		8.						8.
18. Moskva väljendas muret Eestis elavate venelaste pärast	8.	2.					2.	
19. Clinton: Putin võib kasutada sama ettekäänet ka Balti riikide ründamiseks	9.		7.			9.		
20. Viis toitu, mis hoiavad igavesti noorena	10				4.	2.	3.	
21. Tallinnas Pae tänaval toimunud tulistamises sai inimene surma						10.		
22. Postimees Poolas: Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees			8.				10.	4.
23. Rein Taagepera: Putin kaotab, mida enam võidab			2.		2.	7.		
24. Video: Moskvast naasnud Savisaar	6.							

ärritus ajakirjanike küsimuste peale								
25. Kolme Eesti suusataja verenäidud koos spetsialisti kommentaariga		7.		8.			8.	9.
26. Kross: härra Savisaar, ma olen Teiega nõus	5.							
27. Karmid vennad need Soome uusnatsid								
28. Tartu linnas toimunud tulekahjus hukkus kaks ja sai kannatada üks inimene								
29. Teadlased avastasid pudru tervendava võime					6.	3.		
30. Urmas Kruuse tuleb Tartust valitsusse								
31. Eesti Post mattub Hiina e-poodide kauba alla								
32. Eerik-Niiles Kross võrdleb Putini kõnet ja Hitleri kõnesid			1.					
33. Swedbank loobub «raha sisse» automaatidest					10.			
34. Palo: palun vabandust!		5.						
35. Sanktsioonidega karistatud Sevastopoli linnapea müüb Tallinnas elektroonikat				1.			9.	
36. Baruto suurt konkurenti tabas eestlase saatus					7.			
37. Rock võitis ka kordusmängu ja pääses Balti liiga poolfinaali		9.						
38. Venemaa ähvardas «peegeldada» lääne sanktsioone								
39. Michael Schumacheri elus on täna väga oluline päev		4.		4.			5.	5.
40. Vene väed tungisid soomukiga Belbeki õhuväebaasi			9.					
41. Ruusaar: Urve Palo võiks Savisaare pea kohal vihmavarju hoida	2.							
42. Galerii: vaata, mida ja kuhu Tallinnas praegu ehitatakse								
43. Vene diplomaat nõuab läänelt Baltimaade mittekodanikega tegelemist			10.					
44. Uus Pepsi reklaam ehmatas mitmed Londoni elanikud poolsurnuks	1.					4.		
45. Savisaar Moskvast: paremliberaalne valitsus kahjustas Eesti rahvastikku rohkem kui Teine maailmasõda								
46. Poemüüja laskis Lasnamäel röövli maha	3.		5.	9.				
47. Vaata, kui palju Euroopa riigid		3.		5.	1.	6.	4.	

Venemaast sõltuvad								
48. Kolm Norra sportlast jäi dopingu tarvitamisega vahele		10.		7.	8.			6.
49. Soomes uppus laevalt üle parda kukkunud eestlane							7.	
50. Autoremont: kas suur pettus või aus äri?			6.					

Lisa 6. Tähelepanu äratamise võtted pealkirjades.

	allite ratsi oon	ass ona nts	ono mato põa	kala mb uur	ep ite et	võ rdl us	metafoo r/isikust mine	ülivõ rdeli sus	interp unktsi oon	interte kstuaa lsus	umbi sikuli ne tegu moo d	lugej a kõn eta min e	allik avii de	lokalis eeru mine	vasta ndu mine	akt iiv ne ver b
ESMASPÄEV																
Pildid: rängas avariis Piibe maanteel hukkus kolm inimest					1				1					1		1
Homme Postimehes: Eesti autovargad kiusasid Stockholmi rikkaid		1					1		1					1	1	1
Kus valmivad seriaalid tegelikult?									1							1
Uus valitsusliit tõstab esimese ja teise lapse toetuse 45 eurole																1
Vormel-1 sarja avaetapil teiseks tulnud Ricciardo tulemus tühistati					1						1					1
Kiiev: Venemaa peatab ajutiselt sõjaväebaaside blokeerimise Krimmis							1		1	1			1			1
Saksa energiakontsern hoiatas Berliini Moskvaga suhteid kahjustamast							1									1
USA eriüksuslased hõivasid Põhja- Korea tankeri																1
Tulemas on kiired ilmamuutused					1											
PM Krimmis: Krimmi elanikud referendumist üksmeelses vaimustuses pole										1			1			

Video: Venemaa telesaatejuht ähvardas, et USA võib muutuda «radioaktiivseks tuhaks»						1	1		1							1
Vana kaubamaja kadus mõne päevaga		1					1									
Maakler: kuidas üürikorterist paremat hinda saada					1				1		1	1	1			
Vaata otse: protestijad tungisid Donetskis julgeolekuhoonesse									1			1				1
Putin Obamale: Krimmi referendum vastas rahvusvahelisele õigusele									1	1			1			1
Üllatavad säästunipid majapidamises					1											
Veerpalule pakutakse koondise peatreeneri kohta											1					
Aksjonov: Krimm esitab esmaspäeval Venemaale ühinemispalve							1		1				1			1
Ukraina parlament kiitis heaks osalise mobilisatsiooni					1									1		1
Autoremont: kas suur pettus või aus äri?					1				1							
TEISIPÄEV																
Politoloog: olen saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised									1	1			1			1
Lihtne arvutus paljastab anomaalia Krimmi referendum tulemustes					1		1									1
Vene asepeaminister heitis USA sanktsioonide üle nalja															1	1
Võimuliit leppis kokku ministrikohtade jaotuses													1			1

Savisaar sõidab Moskvasse	1															1
Suurbritannia pakub Baltikumi õhuruumi täiendavaks turvamiseks hävitajaid							1			1				1		
Piibe maanteel õnnetusse sattunud politseiauto juht oli kaine										1				1		
Kümme asja, mida ei tohiks enne uinumist teha												1				
Õnnetusauto roolis olnud Helen oleks kevadel ülikooli lõpetanud										1						
Soome piiri äärde tuuakse 3000 Vene luureeksperti											1					
Putin tunnustas Krimmi iseseisva riigina																1
Krimmi liider seadis Ukraina sõdurid valiku ette							1									1
Graafik: Vene ja Ukraina sõjaväebaasid Krimmis									1							
Soomes uppus laevalt üle parda kukkunud eestlane														1		1
Laar: mind teeb ärevaks Putini mure Ida-Ukraina pärast						1				1				1		1
Kolme Eesti suusataja verenäidud koos spetsialisti kommentaariga														1		
EL-i välisministrid otsustasid kehtestada Venemaa suhtes uued piirangud						1					1					1
Euroopa Liit kehtestab 21 Venemaa ja Krimmi ametnikule sanktsioonid																1
Prantsusmaa võib tühistada sõjalaevade müügi Venemaale																1

Pildid: rängas avariis Piibe maanteel hukkus kolm inimest					1				1							1
KOLMAPÄEV																
Rünnakus Simferopoli sõjaväebaasile hukkus Ukraina sõdur																1
Krimmi iseseisvumist tunnustavad viie riigi esindajad																1
Biden: USA kaalub roteeruvate vägede saatmist Balti regiooni							1		1				1			1
Krimmis jagatakse juba sõjasaaki							1				1					
Damon Hill: Schumacheri sõnad teevad haiget, aga tal võis õigus olla							1		1	1			1			1
Nabi tiimist lahkunud treener räägib suu puhtaks							1									1
Lavrov: lääne sanktsioonid on vastuvõetamatud, neil on tagajärjed					1				1	1			1			1
Ukraina ohvitser Simferopoli rünnakust: me ei tulistanud vastu									1	1			1			
Savisaar Moskvast: Krimmi referendumi legitiimsus pole oluline					1				1	1			1			
Viis toitu, mis hoiavad igavesti noorena					1		1					1				
Homme Postimehes: peast rebitud juuksed, kõveraks pekstud nina – naistepiinaja pandi vangi		1			1				1		1					
Reinsalu kutsus sõlmima rahvusliku kaitse kokkulepet																1
Putin föderaalnõukogu ees: Krimm oli									1				1			

ja on Venemaa lahutamatu osa																
Sõdurid vallutasid Sevastopolis Ukraina sõjaväebaasi																1
Poeomanik: ringi liiguvad klienditeenindaja palga vargad								1					1			1
Uppujat päästma läinud komando leidis jääaugust talisukelduja		1														1
Kerry: Venemaa tungimine Ida-Ukrainasse oleks tohutu väljakutse					1				1				1			
Gorbatšov: Krimmi referendum on röömus sündmus					1				1				1			
Ukraina kaitseministeerium: meie sõdurid võivad Krimmis relvi kasutada									1				1			1
Moldova hoiatab «teise rinde» eest Transnistrias					1											1
NEIJAPÄEV																
Moskva väljendas muret Eestis elavate venelaste pärast							1							1		1
The Economist: Putin soovibki lääne sanktsioone									1					1		1
Clinton: Putin võib kasutada sama ettekäänet ka Balti riikide ründamiseks									1				1	1		1
Tallinnas Pae tänaval toimunud tulistamises sai inimene surma														1		1
Postimees Poolas: Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees	1				1		1		1							1
Rein Taagepera: Putin kaotab, mida enam võidab							1		1				1		1	1
Venemaa õhujõud alustasid õppusi Leningradi oblastis										1						1

Video: Moskvast naasnud Savisaar ärritus ajakirjanike küsimuste peale									1	1						1
Krimmist pärit Ukraina sõdur: kuhu ma lähen?									1				1			
Ukraina president andis Krimmi valitsusele kolm tundi mereväe ülema vabastamiseks										1						1
Video: Vene väed ründasid Perevalne sõjaväebaasi buldooseriga									1							1
Kolm Norra sportlast jäi dopingu tarvitamisega vahele		1														1
Vaata, kui palju Euroopa riigid Venemaast sõltuvad										1		1				1
Vene väed hõivasid Novoozerne mereväebaasi	1															1
Liitlased tahavad õhuruumi hävitajaid täis panna							1									1
Saksamaa peatas relvatehingu Venemaaga																1
Poemüüja laskis Lasnamäel röövli maha														1		1
Soomest ja Baltimaadest unistanud Vene ametnik kõrvaldas sotsiaalmeediast enda seisukohti																1
Savisaar Moskvast: paremliberaalne valitsus kahjustas Eesti rahvastikku rohkem kui Teine maailmasõda						1			1				1	1		1
Poeomanik: ringi liiguvad klienditeenindaja palga vargad									1				1			1
REEDE																

Video: Moskvast naasnud Savisaar ärritus ajakirjanike küsimuste peale									1	1						1
Kross: härra Savisaar, ma olen Teiega nõus									1	1			1			
Venemaa nõuab Mistrali-tehingu tühistamise korral Prantsusmaalt kahjutasu										1						1
USA kehtestas sanktsioonid Putini lähikondlastele							1									1
Urmas Kruuse tuleb Tartust valitsusse							1									1
Eesti Post mattub Hiina e-poodide kauba alla					1		1								1	1
Mistrali-tehingu tühistamine võib minna prantslastele kalliks maksma										1						1
Ukraina saadik: Venemaa valmistub sissetungiks riigi ida- ja lõunaossa									1				1			1
Europarlamenti juht näeb Ukraina kriisis sõja ohtu							1									1
Riigikogus küpseb plaan seadustada abieluväline kooselu							1									1
PPA koondab ligi 100 ametnikku																1
Reinsalu läks valitsuse pressikonverentsil Ligiga jagelema															1	1
Palo sõnad vallandasid Estonian Airi klientide seas paanika							1									1
Karmid vennad need Soome uusnatsid						1						1				
Toiduained, millest tuleks kohe loobuda													1			

Venemeelsed hõivasid Krimmis kolm Ukraina sõjalaeva																1
Ragn Sells: Robbie Williamsi kontserdi prügiga tehti autut äri					1				1	1	1		1			
Financial Times: Putinit ei tohi uskuda									1				1		1	
Karli Lambot: miks mul on Eestis hea elada									1				1	1		
Eestisse saabub viis rahutustes kannatada saanud ukrainlast														1		1
LAUPÄEV																
Eerik-Niiles Kross võrdleb Putini kõnet ja Hitleri kõnesid															1	1
Swedbank loobub «raha sisse» automaatidest							1									1
Palo: palun vabandust!									1	1				1		
Sanktsioonidega karistatud Sevastopoli linnapea müüb Tallinnas elektroonikat																1
Baruto suurt konkurenti tabas eestlase saatus					1	1	1								1	1
Rock võitis ka kordusmängu ja pääses Balti liiga poolfinaali										1						1
Venemaa ähvardas «peegeldada» lääne sanktsioone							1									1
Obama Euroopa-visiidi eesmärk on süvendada Venemaa isolatsiooni																1
Fotod: Cobaini surmapaigast jõudsid päevavalgele haruldased kaadrid					1				1							
Schumacheri kehakaal on drastiliselt vähenenud					1			1		1						1

Kanepi pääses Miami turniiril raske võiduga kolmandasse ringi					1											1
Teadlased avastasid pudru tervendava võime							1									
Ukraina oligarh vabanes Austrias rekordilise kautsjoni vastu					1			1								1
Jevgenia Garanža: valveküsimus Eesti venelastele								1				1				
Galerii: Tartus läks käima mess Motoexotika								1					1			1
Tartu linnas toimunud tulekahjus hukkus kaks ja sai kannatada üks inimene													1			1
Vene relvajõud korraldasid Transnistrias õppuse																1
Putin laseb palga Rossija panka kanda	1															1
Ukraina peaprokuratuur: praeguseks tuvastatud Kiievi snaiprid on kõik Ukraina kodanikud								1	1				1			
Karmid vennad need Soome uusnatsid					1											
PÜHAPÄEV																
Michael Schumacheri elus on täna väga oluline päev					1			1								
Vene väed tungisid soomukiga Belbeki õhuväebaasi																1
Ruussaar: Urve Palo võiks Savisaare pea kohal vihmavarju hoida									1				1			1
200 venemeelset ründas Krimmis Ukraina õhuväebaasi																1

Vene diplomaat nõuab läänelt Baltimaade mittekodanikega tegelemist														1		1
Vene väed võtsid Ukraina mereväe ainsa allveelaeva üle					1											1
Tuhanded venemeelsed nõudsid Donetskis referendumit Venemaaga ühinemiseks																1
Ukraina võimud leidsid endise energiaministri kodusid läbi otsides 42 kilo kulda					1											1
Uus Pepsi reklaam ehmatas mitmed Londoni elanikud poolsumuks		1			1		1									1
Oksjoniportaalis petta saanud klient sai kaheksa kuuga lahenduse																1
Visa ja Mastercardi Vene SMP panga blokaad kestis vaid kaks päeva																1
Margus Laidre: taandujad								1						1		
Eerik-Niiles Kross võrdleb Putini kõnet ja Hitleri kõnesid																1
Eesti alustas läbirääkimisi 44 lahingumasina ostmiseks																1
Sanktsioonidega karistatud Sevastopoli linnapea müüb Tallinnas elektroonikat														1		1
«Autot kuivatanud» linnapea lubadest ilma																
Galerii: vaata, mida ja kuhu Tallinnas praegu ehitatakse								1			1	1				
Pildid: avariis Keila-Haapsalu maanteel sai kolm inimest								1								1

vigastada															
Ashton avaldas muret Ukraina majanduse pärast		1													1
Kuusmaa sai tagasitulekumängus magusa võidu					1										1

Lisa 7. Esimese fookusgrupi transkriptsioon.

Ja teemegi siis nii, et ma jagan teile kätte 50 pealkirja, ühel pool lehte on 25 ja teisel ka 25. Annan teile näiteks 10 minutit aega ja palun, et te valiksite välja 10 pealkirja, mis teile kõige rohkem meeldivad. Kujutage näiteks ette, et olete kuskil portaalis, näiteks Delfis, valige välja need 10, millel te klikiks. Millised on teie arust kõige huvitavamad.

Respondendid tutvuvad pealkirjadega.

Ja kui teil on 10 tükki välja valitud, siis ma palun, et te nummerdaksite need ühest kümneni. Esimeseks märkige see, mis teie jaoks kõige huvitavam on, mis teid ennast kõige rohkem köidab. Ja siis kümnendaks see, mis mitte nii väga.

Respondendid reastavad pealkirju.

Nüüd on vist kõigil tehtud, jah? Hakkame siis näiteks siit otsast peale. M19, äkki sa oskad selgitada, mille alusel sa valisid need 10 pealkirja.

M19: Ma ei tea, mis mind kõige rohkem huvitavad, mingid valdkonnad, näiteks õnnetused, autodega midagi, videod ja pildid.

Okei, aga räägi, mis sa esimeseks valisid?

M19: Ma panin selle esimese, kus on avarii.

Miks selle?

M19: Ma ei tea. Ma alati vaatan esimesena, kus on pildid õnnetustest.

Okei, kas keegi valis veel selle pealkirja kümne hulka? Miks?

1N18: Ma olen ka juba harjunud vaatama, sest ta vaatab kogu aeg ja ma vaatan ka neid õnnetusi.

Kas oskad ikkagi põhjendada et miks just? Mis sa sealt näha loodad?

1N18: Ma ei tea. Sellist pilti, mida iga päev ei näe.

Et sa siis ootad midagi erilist?

1N18: Jah.

Kas keegi valis veel selle kümne hulka?

2M17: Jah, teiseks.

Ja miks sulle see pealkiri meeldis?

2M17: Seal oli kolm hukkunut ja siis tahaks teada, et mis põhjustega on tegemist. Huvitab.

Kas sind huvitab just see, mis juhtus või tahaksid ka pilte näha nagu eelkõnelejad?

2M17: Mõlemad. Rohkem võib-olla isegi see, et mis juhtus.

Aga räägi M19, mis sa teiseks valisid.

M19: Ma panin selle viimase, et kas autoremont on suur pettus või aus äri.

Nii, miks sa selle valisid?

M19: Ma ei tea, ma arvan, et see oleks mingi äge jutt.

Miks sa seda arvad?

M19: No ma ei tea, tänapäeval juhtub siin igast asju, et tõmmatakse nahk üle kõrvade, äkki on midagi head.

Aga kas sa tahaksid seda lugeda sellepärast, et see on äge jutt või tahaksid sa ka ise mingit kasuliku infot sealt saada?

M19: Seda ma mõtlengi, et teada, mis toimub.

Kas keegi valis veel selle?

N17: Jah, mina panin kolmandaks. Petuskeemid on väga ägedad.

Miks?

N17: Ma ei tea, ma arvan, et äge oleks lugeda.

Ja miks sina valisid?

2M17: ma arvan, et edaspidi oleks hea teada, milliseid firmasid vältida, sest üldjuhul on seal mingid tabelid juures.

Olgu, M19, mis sa kolmandaks panid?

M19: Panin selle, et viis toitu, mis hoiavad igavesti noorena.

Miks sa selle kolmandaks valisid?

M19: ma ei tea, see on huvitav. No kes ei tahaks noor olla, jumala hea, saad teada viis toitu, mida pead iga päev sööma. Kasulik informatsioon ju.

Kas keegi valis veel selle kümne hulka?

1N18: Kümnes. Huvitav ja äkki uued ideed, et mida võiks süüa teha.

Kas keegi veel valis?

2M17: Viies. Siis tead, mida süüa, et vähe värskem välja näha.

Olgu, aga lähme edasi. Miia, sina valisid vist esimeseks ka selle õnnetuse, aga mis sa teiseks valisid?

1N18: Teiseks panin politoloog: olen saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised.

Miks sa selle just valisid teiseks?

1N18: Sellepärast, et ma jälgin neid uudiseid päriselt ka koguaeg. Huvitav on vaadata, mismoodi see Ukraina värk areneb.

Mis sa arvad, kas sind mõjutas siin pealkirjas kuidagi ka see, et on Balti riigid, et võib meid ka mõjutada?

1N18: Jah.

Kas keegi valis veel selle?

1M17: Jah, mina valisin, sest see teema huvitab mind.

Aga miks ta huvitab?

1M17: Sest siis ma tean, mis meid ees ootab.

M19: Jah, et kas peab juba Rootsi laevale piletid ära ostma.

Aga mis sa arvad, kui oleks olnud pealkirjas, et on saanud signaale, et Poola on järgmine, kas sind oleks sama palu?

1M17: Ma oleks ikka valinud, sama regioon ju. Ma iga päev loen neid, et mis saab.

Aga miks te loete neid? Kas sellepärast, et kursis olla või on mure ka?

1M17: See on nagu natuke mõlemat.

M19: Jah, kirjand on tulemas, et hea rääkida sellest.

Aga mis sul veel edasi tuli?

1N18: Järgmine on kohe see, et Moskva väljendas muret Eestis elavate venelaste pärast. Ma päriselt ka lugesin seda ja lugesin sellepärast, et siis oli see teema, et kindlasti nüüd Putin tahab ka siin ära kasutada siinseid venelasi. Ja tahtsin teada, kas seal on äkki eestis elavate venelaste arvamust ka.

Kas keegi veel valis selle kümne hulka?

1M17: jah, sama põhjus.

Olgu, aga kas sa oskad äkki kokku ka võtta, et mille alusel sa need 10 valisid? Mis sind kõige rohkem mõjutas?

1N18: Siis need Ukraina teemadel, Venemaa ja Balti riigid ja siis Schumacherit ka. See oli seitsmes.

Kas keegi valis veel selle?

M16: Jah, mina.

Miks?

M16: sest, noh, mind huvitab see. Ma jälgin kogu aeg, et kas ta tuleb koomast välja ja.

Kas keegi veel?

M19: Jah, mul on kaheksas. Ma hakkasin juba algusest peale vaatama, kui see õnnetus juhtus ja nüüd iga kord, kui midagi jälle pannakse, siis ma olen ikka vaadanud, jah.

Et kui oled mingi teemaga kursis, siis suht automaatselt vaatad juba järgmisi uudiseid?

M19: Jah, jah.

Aga lähme siis edasi. 2N18, mis sa esimeseks valisid?

2N18: Ma valisin esimeseks selle, et võimuliit leppis kokku ministrikohtade jaotuses.

Okei, miks sa selle esimeseks panid?

2N18: Tahaks ikka teada, et kes ministriks saab ja nii. Et pealkirjast ei saa kogu informatsiooni kätte. Tähtis on, sellepärast loeksin.

Ok, aga kui oleks kõik ministrid ära nimetatud pealkirjas..

2N18: siis ma ei loeks seda.

Aga miks sind see huvitab, kas see on su isiklik huvi või on see lihtsalt asi, mida peaks teadma?

2N18: Peaks ikka. Väga ei huvita iseenesest.

Kas keegi valis veel selle?

N17: Mul oli ka see viies, ja sama põhjus.

Aga mis sul, 2N18, teine on?

2N18: mul on see, et Rock võitis ka kordusmängu ja pääses poolfinaali. Sellepärat, et ma jälgin spordiuudiseid ja tahaks täpsemalt teada, et kuidas.

Kas keegi valis veel selle?

M16: Ja, mul on esimene see. Tavaliselt loen esimesena alati spordiuudiseid ja ise mängin ka korvpalli. See huvitab kõige rohkem. Tahaks nagu vaadata, et mis seis jäi ja kes kõige paremad olid.

3N18: Mul oli üheksas see. Ma loen tavaliselt viimasena neid. Tegelikult kõige rohkem loen arvamusasju ja lugusid, aga neid siin praegu polnud. Ja siis tulevadki need, mis kuidagi Eestiga või minuga, noh sport, seotud on. Aga ma neid loen tavaliselt sellepärast, et mind huvitab, kuidas mäng läks.

Aga Katariina, mis sul kolmas oli?

2N18: Kolmas oli see, et Nabi tiimist lahkunud treener räägib suu puhtaks.

Miks see?

2N18: Esiteks, selle pärast, et see on sporditeema ja Nabi on Hiiumaaga seotud, et huvitaks.

Kas keegi valis veel selle?

2M17: Suht sama, et Hiiumaa mees ja tahaks teada, mis tal öelda on.

Aga kui ta poleks Hiiumaa mees, vaid lihtsalt üks Eesti maadleja, kas siis huvitaks sama palju?

2M17: Ma ei tea, kas siis varasemalt oleksin jälginud teda nii palju. Praegu olen jälginud rohkem ja võib-olla sellepärast ka huvitaks rohkem.

3N18: Mul sama.

Aga 3N18, mis sina valisid esimeseks?

3N18: Mul oli sama, et võimuliit leppis kokku ministrikohtade jaotuses. Ja siis, et teine on see, et Postimees Poolas: Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees. Ma praegu oletan, et see on ka Ukraina kriisiga seotud. Siin ei ole ka jälle seda, et Putin tegi seda ja Putin tegi teist, siis loeksin edasi. Et ei saa päris täpselt aru, et millest räägitakse.

Kas keegi veel valis selle?

2N18: Mina, sama asi, et ei saa kogu informatsiooni kätte.

Ma saan aru, et teile seal meeldivad sellised pealkirjad rohkem, kus jäetakse midagi ütleмата, see tekitab huvi?

3N18: Neid loed edasi, sest kui pealkirjas on olemas kõik öeldud, mis ka artikliga öeldakse, siis ma ei viitsi lugeda seda edasi.

Ja mis sul veel edasi tuleb?

3N18: Vaata, kuidas Euroopa riigid Venemaast sõltuvad. Praegu ma loeks seda sellepärast, et meil oli just NATO päev, kus tegime simulatsiooni ja kuna seal meile tegelikult asjakohast informatsiooni väga palju ei jagatud, siis praegu tahaks teada, kui palju realselt sõltuvad. Sellepärast valisin selle.

Kas keegi valis veel selle?

N17: Mul oli kuues see, sest mind lihtsalt huvitab.

2N18: Ma valisin ka selle, et kuna see meiega ka ilmselt seotud.

1M17: Ma valisin ka selle, see mul kolmas ja mind nagu huvitab siuke värk, et palju sõltuvus on.

Aga, kas see vaata ka kuidagi mõjutab, et tekitab mingit usaldusväärust?

1M17: No kui seal on, et vaata, siis ma eeldan, et seal on mingi graafik või mingi diagramm.

N17: Jah.

Aga kui seal seda vaatatakse ees poleks, kas siis oleks sama huvitav?

1M17: ega väga ei oleks.

3N18: tahaks just neid andmeid, et see oleks huvitav.

Okei, aga lähme edasi.

N17: Esimeseks panin, et kus valmivad seriaalid tegelikult. Tundub väga põnev ja äkki seal on pilte ja huvitav jutt.

Miks see pealkiri sinu jaoks huvitav on?

N17: Ma ei tea, ma loodan, et see on mingi pikk huvitav jutt ja põnev lugeda.

Kas keegi valis veel selle kümne hulka?

2M17: Üheksas.

Aga miks see sulle just nende 50 hulgast silma hakkas?

2M17: Ma ei tea. Vahest ikka vaatad mõnda seriaali ja oleks huvitav vaadata, et kuidas ja kus neid tehakse.

Mis sa, N17, veel valisid?

N17: Uus Pepsi reklaam ehmatas poolsurnuks. Ma ei tea, see tundub hästi huvitav, tahaks teada, et miks ehmatas poolsurnuks.

Kes veel valis selle?

M19: Mul on neljas. Tahaks ka näha mingi ägedat videot, et mis on need põhjused, miks ehmatab. Kas see on nagu heas mõttes ehmatatus.

2M17: Mul sama, et tahaks seda reklaami näha, et mis seal nii ehmatavat oli.

N17: Ja siis mul oli veel, et Swedbank loobub raha sisse automaatidest.

2M17: Mul oli ka see.

Aga miks?

N17: ma tahaks teada, et miks loobub ja kas siis kaovad täitsa ära ja kuidas siis saab raha panka.

1M17: Mul täpselt sama põhjus.

Kas te nagu tunnete, et saate sealt mingit kasulikku informatsiooni?

2M17: Tahaks teada, et kuna ise kasutad seda.

Et see siis mingil määral mõjutab teie elu?

2M17: Mhmh, igapäevane tegevus.

Aga lähme siis edasi. M16, sina valisid esimeseks korvpalli, eks?

M16: Jah, teine on mul, et vormel-1 sarja avetapil teiseks tulnud Ricccardio tulemus tühistati. Mulle meeldib endale vormelit telekast ka vaadata ja oleks tahtnud lugeda, et mis ta siis valesti tegi, et ta tulemus tühistati. Et mis reeglit ta siis rikkus.

Jah, siin on vist samamoodi, et pole pealkirjas kõik välja toodud.

M16: Mhmh. Tekitab küsimusi.

3N18: Mul oli ka see, et ma ikka vaatan spordiuudiseid ja sama põhjus, et tahaks teada, miks siis tühistati, et siis loeks edasi.

Mis sa kolmandaks valisid?

M16: See video, et Moskvast saabunud Savisaar ärritus ajakirjanike küsimuste peale.

Miks sa selle valisid?

M16: Sest Savisaar on selline terava keelega ja oleks tahtnud nalja saada.

Kas keegi valis veel selle?

M19: Mhmh. Kui see video pandi sinna ülesse, siis ma vaatasin ka, sest mõtlen, et saab midagi teada. Meelelahutus rohkem nagu.

Aga meil on siin valikus veel teinegi Savisaar, kas keegi valis selle ka?

1M17: Jaa, Savisaar sõidab Moskvasse. Tahan teada, miks ta sinna sõidab, miks ta mujale ei sõida.

Kas keegi veel selle Moskvasse sõidu pealkirja valis? Okei, aga mis sul neljas pealkiri oli?

M16: Et Suurbritannia pakub Baltikumi õhuruumi täiendavaks turvamiseks hävitajaid.

Miks sa selle valisid neljandaks?

M16: Mind lihtsalt huvitab lennundus ja tahaks näha, et mis see põhjendus siis on, et nad rohkem neid sõjalennukeid siia saadavad.

Kas keegi veel valis selle?

1M17: Mina, sest ma olen ka siuke lennuhuviline ja vist ikkagi meie eluga seotud, et siia saadetakse need hävitajad.

2N18: Ma valisin sellepärast, et see natuke ikka puudutab Eestit ja tahaks teada, et miks, kuidas ja millal.

3N18: ma tahaks ka teada, et kas seal on kirjas, et miks nad neid saavad siia.

Aga kui sa nüüd võtaksid kokku, et mille alusel sina neid pealkirju valisid, et kui sa vaatad neile kümnele pealkirjale peale, siis mis sind mõjutas kõige rohkem nende valikul?

M16: Esimesed on spordi omad tavaliselt ja ülejäänud on sellised, mis endale põnevust pakuvad.

Et enda hobid siis nagu, jah?

M16: Üldiselt jah, et need asjad, millega ise pole väga kokku puutunud, et neid väga ei viitsi lugeda.

Läheme edasi, sul on vist esimesed kõik ära räägitud juba.

1M17: Jah, aga mul on neljas see, et vene väed tungisid Soomukiga Belbeki õhuväebaasi.

Nii, miks sa selle valisid?

1M17: Sellepärast et tahaks teada, mis seal juhtus, kes said surma ja kas said surma ja mis seal veel toimus.

Mis sul veel edasi tuli?

1M17: Viies on see politoloog ja kuues, et Homses Postimehes: Eesti autovargad kiusasid Stockholmi rikkaid.

Miks sa selle valisid?

1M17: See pealkiri on suht huvitav, et mismõttes kiusasid Stockholmi rikkaid, tahaks vastust saada.

Kas keegi veel valis selle pealkirja?

M16: jaa, mina, sama põhjus põhimõtteliselt.

1M17: Seitsmes on Swedbank ja kaheksas, et galerii: vaata, mida ja kuhu Tallinnas ehitatakse. Et nagu huvi pärast loeksin seda.

Kas keegi veel valis selle?

M19: mhmh, mul on see üheksas.

Miks sa selle valisid?

M19: No ma ei tea, kui muud midagi targemat vaadata pole, siis vaatan seda.

Aga kui palju teid üldse mõjutab, kui ees on galerii või video. Kas see annab mingit lisaväärtust?

M19: mulle küll annab. Et kui on video, siis ma tavaliselt vaatan.

Aga kuidas teistega on?

1N18: Ma tavaliselt vaatan telefonist uudiseid ja siis ma videosid ei taha vaadata.

3N18: Oleneb teemast, aga tavaliselt ma ei viitsi mingeid pilte ja videosid klõpsida. Kui midagi huvitavat minu jaoks, siis vaatan.

N17: Ma pilte vaatan tavaliselt, aga videosid mitte.

Aga läheme siis edasi.

2M17: ma esimeseks panin selle autoremondi pettuse, teiseks Piibe maantee ränk avarii, kolmandaks sularahaautomaadid.

Kas on mõni selline ka kümne hulgas, millest me ei ole veel rääkinud?

2M17: Eesti post mattub Hiina epoodide kauba alla.

Miks sa selle valisid?

2M17: Kuna see välimaalt tellimine kogub üha enam populaarsust. Äkki kunagi tahad ise ka tellida ja kui Post ei suuda kliente teenindada, siis on selle kauba kättesaamisega probleeme suure tõenäosusega, kaup läheb kaotsi või midagi.

Loodad sealt tulevikuks mingit kasulikku informatsiooni saada?

2M17: Võimalik, jah.

Kas keegi veel valis selle?

3N18: Ei valinud.

Kas sul on veel midagi?

2M17: Tallinnas toimunud tulistamises sai inimene surma.

Miks sulle see huvi pakkus?

2M17: Tulistamist väga palju Eestis ei toimu, et pakub huvi.

Kas keegi valis veel selle? Aga miks see teile näiteks huvi ei pakkunud?

1N18: Ei mahtunud lihtsalt kümne sisse..

Aga kui oleks näiteks Hiiumaal tulistamine?

3N18: Jah, kindlasti.

Kas on veel mingeid pealkirju, millest te rääkida tahaksite?

M19: Mul oli see ka, et Soomes uppus üle parda kukkunud eestlane.

Miks sulle see just huvi pakkus?

M19: Ma ei tea, oleks teada tahtnud, et miks ja kuidas.

Kas kellelgi oli veel see?

M16: Oleks ka tahtnud teada, et kus ta kukkus täpselt ja miks.

Aga kas me teeks nüüd ühe sellise ringi veel ja võtaks kokku, et kui mõtlete nüüd selle peale, mõni juba rääkis ka, et mille alusel te üldse ka tavaliselt, kui olete näiteks kuskil portaalis, valite, millel klikkida? Kui suurt rolli mängib üldse pealkiri, kas vahel vaatad üldse pildi järgi. Või kas pealkiri ei mängi üldse nii suurt rolli, kui näiteks isiklikud huvid ja nii? Et räägiks natuke ka sellest.

M19: Mina vaatan tavaliselt pealkirjasid ikka ja vahel kui silm peale juhtub,, et kui mingi väike pilt ka juures. Ja kui tõesti on mingi põnev pealkiri ja aktuaalne teema, siis ma tavaliselt ikka vaatan neid ja tihti vaatan pilte ja videosid, väga pikki uudiseidma ei viitsi lugeda. Vaatan pigem väikesed ja kiired uudised üle.

Kas sul on juhtunud sellist asja ka, et vaatad, et äge pealkiri ja kui loed uudist ka, siis tuleb välja, et sisu ei klappinud üldse pealkirjaga?

M19: No mõnikord ikka. Ma ei mäleta küll, et vahel ikka on olnud, et poole lugemise pealt vaatad, et ai, see pole ikka päris see teema.

Kas teistel on ka nii juhtunud?

1M17: Pealkiri vahel mööda rääkinud ikka.

1N18: Jah, vahel mingid põnevamad pealkirjad pole üldse...

3N18: Jah, tekst on mööda või pole pealkirjaga seotudki. Pealkiri oleks nagu teise uudise kohta mõni kord.

Miia, kas oskad ka kokku võtta, mille järgi sina oma valiku tegid?

1N18: No huvitav pealkiri, Ukraina teemad ja kui mingi huvitav pilt juures.

Ukraina teema on ka selline aktuaalne teema, aga kui palju sind huvitavad sinu enda huvid. Ma mõtlen näiteks, et mingi kooli või huvidega seoses.

1N18: ei ole eriti tähele pannud.

Aga selle valiku põhjal siis sulle tundub, et pigem sellised päevakajalised teema?

1N18: jah.

Okei, kuidas sul?

2N18: Ma eelkõige loen sellieid uudiseid, mis mind isiklikult puudutavad kuidagi või siis isiklikest huvidest. Aga ma arvan, et pealkiri on ka ikka tähtis, sest kui see on mittemidagiütlev, siis ta ka ei püüa pilku. Aga nende uudiste peal ma ka tavaliselt ei klikki, milles on kõik ära öeldud, sest ma ei näe vajadust oma aega selle peale raisata, et tervet artiklit lugeda, kui ma saan sellest ühest lausest kogu informatsiooni kätte.

Okei.

3N18: Mul on ka pigem ikka teemade järgi, mis mulle huvi pakuvad või mis nendega kuidagi seotud on. Ja siis pealkiri on ka ikka nii palju, et mul sama, et kui pealkirjad on juba kõik ära öeldud, mida artikliga tahetakse öelda, siis ma ei hakka seda enam lugema. Aga kui mingi huvitav teema ja pealkiri jätab mulje, et artiklis on veel midagi juures, siis ma loen läbi ka selle.

Olgu.

N17: Ma arvan, et mul loevad ka isiklikud huvid ja siis see ka, et kui suur pealkiri ja tekitab minus küsimusi, et ma tahan midagi teada, siis need ka.

M16: Mulle pakuvad ka need uudised kõige rohkem huvi, mis nagu räägivad mu enda huvialadest ja hobidest ja mulle meeldivad ka need, kus on huvitavad pildid. Mulle meeldivad ka avariid ja siuksed asjad kõik ja siis mulle meeldib siukseid uudiseid ka lugeda, mis väga päevakohased, mis on just juhtunud, sündmused siuksed.

1M17: Mul on ka nagu ikka isiklikud huvid, et millest ma ise olen huvitatud, sii sma loen neid artikleid. Ja kui pealkiri tekitab minus küsimusi, siis loen artikli läbi, alles siis.

2M17: Esimese asjana vaatan ma pealkirja ja kui ma sealt mingit informatsiooni ei saa, siis ma võtan lahti selle ja loen. Ja pealkirjast loen neid, mis endale huvitavad tunduvad.

Okei, väga hea. Ma annan teile nüüd lõpetuseks ühed ankeedid, mille palun teil ära täita.

Respondendid täidavad ankeete.

Kui teil on tehtud, siis mina teid rohkem kinni ei hoia. Kui teil juhuslikult mingeid küsimusi pole? Aitäh teile, et tulite.

Lisa 8. Teise fookusgrupi transkriptsioon.

Aga hakkame siis pihta ja vaatame, millised pealkirjad te välja valisite. Alustame vasakult

2N24: minul on esimene, et politoloog: olensaanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised

Miks te selle esimeseks valisite?

2N24: peaks nagu teadma, et kas peaks kohvleid pakkima.

N34: minul oli kolmas.

Miks?

N36: No otseselt puudutab. Et mida keegi arvab, et politoloog äkki on tark inimene. See, kui igasugu erinevad inimesed arvavad erinevaid asju. Eks inimesed kardavad ja arvavad palju, et neid ma ei viitsi üldse lugeda. Aga kui on pandud, et politoloog, nime ei ole pandud, siis ikka tekitab huvi, et äkki on tark inimene ja äkki tal on midagi asjalikku öelda ja ei aja lihtsalt vahtu suust välja.

Aga kui oleks lihtsalt pealkiri, et Venemaalt tulevad signaalid, ilma politoloogita. Kas siis pakuks sama palju huvi?

N36: siis ta ei oleks kindlasti mul esimene. Siin nimekirjas küll 10 hulgas. Pigem see politoloog tekitab huvi.

N22: Põhimõtteliselt valisin sama asja pärast. Aga kui seda politoloogi ka ees poleks, siis esimese kolme seas oleks küll, millegipärast.

Aga mille pärast?

N22: Sama põhjus, et päevakohane teema. Pakub huvi.

N34: Minul oli see kolmas, et ikka väga päevakohane teema, mis seal Ukrainas toimub ja kuidas Venemaa käitub, et ikka tahaks lugeda. Ja et mida siis politoloog arvab sellest.

N36: Jah, me oleme ju selle aja lapsed.

Aga liigume edasi.

2N24: mul oli samal teemal veel esikümnes, et Clinton: Putin võib kasutada sama ettekäänat Balti riikide ründamiseks.

Miks te selle valisite?

2N24: Et veel rohkem infot saada.

Kas kellelgi oli veel see kümne hulgas?

N34: Neljas.

Kas te oskate selgitada, miks neljas?

N34: Kui see teema ikka nii päevakajaline on, siis ikka loen, mis puudutab Balti riike seoses selle Venemaaga, see ju ikkagi tundub väga päevakohane ja peab ikka kursis olema selle asjaga. Ma pakun, et see on ikka see naisterahvas, mitte mees.

Aga lähme edasi. Mis teie valisite?

N24: Ma valisin esimeseks selle, et Swedbank loobub raha-sisse automaatidest. Ma kahjuks ei ole selbst kuulnud ja tahaks täiega lugeda.

Kas sa muidu tihti kasutad neidi automaate?

1N24: No ikka, jah. Sellised uudised ongi nagu vajalikud, mida sul esimesena kohe vaja teada.

Kas kellelgi oli veel see kümne hulgas?

N36: Minul, sest mul on tõesti vaja teada seda. Et pangas kui ma lähen raha panema, siis ma maksan rohkem selle eest. See on vajalik asi, ja tõesti ei ole kuulnudki.

Aga mis sul teine oli?

1N24: Teine oli mul kolme eesti suusataja verenäidud koos spetsialisti kommentaariga.

Nii ja miks sa selle valisid?

1N24: Mind lihtsalt paelub nii väga see dopinguteema.

1N21: Mul oli esimene.

N34: Mul oli üheksas. Just seetõttu, et kuna ma kahtlen hästi palju ja olen ikka kursis nende inimestega ja mind huvitab see asi.

Aga meil oli üks teine dopingu uudis ka Norra sportlastest. Kas keegi selle ka valis?

1N24: Ei, norrakad mind ei huvita. Pigem Eesti teema ikka.

Ja mis sa kolmandaks valisid?

1N24: Et Tallinnas Pae tänaval toimunud tulistamises sai inimene surma. Ma tahaks kohe lugeda, et mis toimus.

Kas keegi valis veel selle? Aga liigume edasi siis.

N36: Esimene oli minul siis politoloog ja neid poliitikateemasid oli teisigi. Aga teine oli siis see, et uus valitsusliit tõstab esimese ja teise lapse toetust 45 eurole.

N34: Minul oli see number üks.

Kas te palun põhjendaksite oma valikut.

N36: Täitsa tore teada, see on oluline ja puudutab ka, kindlasti mängib see rolli. Ja teiseks on see selline üldsotsiaalpoliitiline, et noh, kuidas eesti rahval läheb ja mida vähem on meil põhjust viriseda igasugu asjade pärast. Mind tegelikult väga huvitab poliitika, et mis muutub ja mis ei muutu, mis ootab ees ja mis ei muutu.

1N24: Aga see pealkiri ütleb juba kõik ära ju, mis sa sellest ikka edasi loed.

N36: Mul ongi see, et pealkiri köidab tähelepanu. Ja kui mul on aega, siis ma avan ka selle, aga pikem klikin selle kui palju muid.

Ja teil oli see esimene, miks?

N34: Kuna ma olen lapsevanem, kolme lapse ema, siis ikka ju huvitab see toetuste saamine. Ja kuna lastetoetuste raha on juba nii kaua püsinud ühel tasemel, siis see tekitas kohe huvi, et misasja, 45?

2N21: huvitav, kas mehed ka selle vastu huvi tunneksid?

Ja mis te kolmandaks valisite?

N36: Ja kolmas oli mul natukene kollane. Üldiselt ma neid väga ei viitsi. Ma vaatan pealkirja ja tekst ajab mind närvi. Kuna see ajab mind eriti närvi, siis oleks ma selle avanud. Ja see on Savisaar Moskvast: paremliberaalne valitsus kahjustas Eesti rahvastikku rohkem kui teine maailmasõda. Täheleb, siin ei ole sõnu lihtsalt. Siin on ainult reaktsioonid.

Aga äkki ikka suudate sõnadesse panna, et mis teid selle juures köitis?

N36: kuidas ikka saab keegi, kes väidab ise, et tema on eesti iseseisvuse looja olnud, kuidas saab keegi midagi nii rumalat välja öelda? Kuidas üks kord ta valijad aru ei saa, et jumala eest, võtku ta pukist maha.

Kas teid rohkem ärritab selle pealkirja juures see, kes sõnumit väljastab või see sõnum ise?

N36: rohkem mind antud hetkel häirib sõnum ise. Et kuidas saab keegi midagi nii rumalat välja öelda. Aga teiseks mind häirib kindlalt ka väljaütlev. Mind põhimõtteliselt häirib kõik, mis ta ütleb. Et kui on häirib väljaütleva ja häiriv sõnum, siis on reaktsioon eriti tugev. Siis ma loen ka kollaseid uudiseid.

Aga lähme edasi.

N22: Minul oli ka esimene see politoloog. Sellest räägiti juba. Teine oli mul see, et Nabi tiimi lahkunud treener räägib suu puhtaks. Selle ma valisin seetõttu, et Nabi on Hiiumaalt ja juba selle põhimõttega ma vaatan.

Kas kellelgi oli veel see kümne hulgas?

N38: Jah, ikka, Hiiumaaga seotud ju.

N42: Jah, just.

1N24: Tahaks kohe teada, et kes see treener oli.

N36: see oli see, kes tal jõusaalis tegi..

1N24: aga vaata, pole kirjutatud, sellepärast tahakski teada ja klikiks.

Kes veel selle valis?

N42: no see on ju kurb iseenesest, et kaotad treeneri.

Ja mis te kolmandaks valisite?

N22: kolmas on see, et uus valitusliit tõstab lastetoetust. Ja mulle pakkus tegelt ka huvi Schumacheri käekäik, et mees on nagu vormelimaailma hästi tegus ja hästi palju tulemusi ja tegelikult läheb suvaliselt suusatama ja tegelikult ongi kriips kogu tema siiaamaani tehtud töö peal.

Kas te olete varem ka Schumacheri uudiseid jälginud?

N22: olen ikka, et ma vahel vaatan ka vormelit.

Kas kellelgi oli veel Schumacher kümne hulgas?

1N24: Jah. Mina olen kõiki neid algusest peale lugenud, ta on äge mees ja nii kahju on.

1N21: Minul ka, olen seal sees olnud. Huvitav on ja teine kord olengi avastanud selle, et ma ei otsigi midagi konkreetset, aga pärast tuleb ikka välja, et vist otsisin ta kohta uudiseid. Et pärast kui see õnnetus juhtus, siis avastasin, et ma vist tegelikult otsisin infot ta kohta.

Kas see pealkiri tekitas ka mingeid küsimusi?

1N21: Jah, ma mõtlesin, et miks on see oluline päev. Mind huvitaks just tõesti see, et mis päev see siis oli. Et kas toimus paranemine või mis täpselt.

N22: mina pigem mõtlen seda teemat, et kuna ta on koomas olnud, siis kas hakatakse teda äkki koomast välja tooma. Et see annab lootust, et hakkab paranema. See pealkiri jätab väga palju lahtiseks ja sellepärast hakkadki lugema, et näha, mis seal pealkirja taga on.

N36: Jah, ta ei ütle kõike ära. Sellepärast tekitabki huvi. Samamoodi see autoremondi pealkiri.

Kas keegi valis veel selle?

1N24: mina, sest see on mu perega seotud. Mu mees töötab sellel alal. Ta ise ütleb kogu aeg seda, et ta ei kujuta ette, kui peaks minema kuskile autot remontima minema, see on nii kallis. Ja kui tahad inimesele mingit kvaliteetset asja pakkuda, siis ta tahab ikka odavalt, et see on nii minu endaga seotud.

Aga kuidas sulle see pealkiri tundub?

1N24: Sellsmõttes ongi ,et mida ta seal lahti räägib. Kas ta räägib suuri miinuseid või plusse. Mina konkreetselt ei saagi aru ja sellepärast huvitabki.

2N24: Mind ka just huvitab, et kuidas petetakse, et mis see pettus siis ikka on.

N36: Jah, just, et igasugused vidinad ja asjad on, et öeldakse, et midagi on vaja teha, aga tegelikult polegi, ja siis kasseeritakse rohkem selle eest.

Aga aitäh, liigume edasi.

N38: Minul on esimene Kolme Eesti suusataja verenäidud koos spetsialistide kommentaaridega. Teine on see, et võimuliit leppis kokku kohtade jaotuses. Kolmas on see politoloog, neljas on lastetoetus.

N38: Mind hästi huvitab suusatamine, olen kaua jälginud suusatamist. Mind huvitab just rohkem spordi- mitte dopinguosa. Pigem on kahju, et see üldse teemaks on tulnud, mitte et mul oleks hea meel, kui nad on vahele jäänud.

N36: Jah, et mis nad kiusavad meie poisse.

N38: Jah, et samas on nagu huvi, et kas nad siis jäid vahele või mitte. Edasi tuleb, et suurbritannia pakub Baltikumile täiendavaid hävitajaid. Ja kuues, et Eesti Post mattub Hiina kauba alla.

Miks te selle valisite?

N38: Sest see on viimasel ajal palju jutuks tulnud. Ise ka aeg-ajalt tellin midagi. Isiklik huvi.

2N21: Minul oli ka see kümne hulgas, sest, et kuskilt tulevad need pildid läbi, kus need suured kuhjad on igalpool. See on ikka päris jõhker.

N22: Mina olen ka näinud neid pilte, kuidas on suured hunnikud pakke, konteinerid ja asjad on täis. Täitsa huvitab, et kuidas nad nndega hakkama saavad,

2N21: Ja se ka, et Eesti Post on rääkinud, et nad peavad lausa töötajaid selle jaoks juurde palkama. See on ikka metsik värk.

Aga lähme edasi.

1N21: Minul oli esimene kolme Eesti sportlase verenäidud koos kommentaaridega ja teine see, et Norra sportlased jäid vahele.

Miks valisid Eesti uudise enne?

1N21: Ma olen suusatamist kogu aeg vaadanud ja Eesti on ikka lähem.

N42: Minul oli esimene see, et võimuliit leppis kokku jaotuses, teine see, et lastetoetus tõuseb. Siis, et Ruusjaar: Palo võiks Savisaare pea kohal vihmavarju hoida. See on ikka päris lõbus ju. Tahaks teada selle sisu.

N38: Minul on see kümnes. Kui natuke tean tausta ja miks ta nii ütles, siis mind huvitas see, et kas seal tuleb veel midagi huvitavat. Mitte selles mõttes, et Palo nagu peakski seda vihmavarju hoidma, vaid ta on ikka minister ja pole tavaline blond. Tekkis vastandus.

N42: Mul oli veel see, et teadlased avastasid pudru tervendava võime. Mis see võime siis on?

N36: Jah, et kas hommikul või õhtul, kas kartuli- või mannapuder.

Lisa 9. Kolmanda fookusgrupi transkriptsioon.

Tere, mina olen Helen Mihelson ja olen Tartu ülikooli 2.aasta ajakirjanduse eriala magistrant. Hakkan nüüd ehk lõpetama ja selleks te täna siin oletegi, et mul aidata seda teha. Lisaks töötan ma Postimees Online ja sellepärast mind võib-olla huvitavadki ka online-uudised. Ja oma magistritöös ma uurin veebiuudiste pealkirju – kuidas on need konstrueeritud ja millised pealkirjad lähevad lugejale peale. Et täna olete teie siin üks fookusgrup, lisaks viin ma veel läbi kaks fookusgrupp, et saada üks terviklik pilt. Lisaks analüüsin ma ka uudiste pealkirju, et leida üles need konksukohad, mis teid kõiki lugema kutsuvad. Kas teil on enne alustamist äkki mõni küsimus?

Teie ees on 50 pealkirja, mis on võetud Postimehe veebist ühe nädala jooksul. Ja ma palun, et te teeksite nüüd valiku ja märgiksite neist 50st pealkirjast 10, mis teile kõige rohkem huvi pakuvad või millel te veebi klõpsaksite. Neid on päris palju siin, aga ehk saate leida need 10. Annaksin teile siis näiteks 10 minutit.

Respondendid valivad pealkirju.

Ja ma paluksin veel, et te nummerdaksite need 10 nii, et number ühega märgiksite selle, mis teie jaoks on kõige kõitvam, number kahega järgmise ja nii kuni kümneni.

Respondendid reastavad pealkirju.

Mis me nüüd teeme, on see et iga üks natuke tutvustab oma valikut ja siis vaatame, kellel veel samamoodi oli, ja arutame miks just selline valik. Äkki N47 siis alustab ja ütleb, mis ta esimeseks valis.

N47: Uus Pepsi reklaam ehmatas Londoni elanikud poolsurnuks.

N56: Issand, ma seda ei näinudki.

N63: Ma nägin küll, aga mind see üldse ei huvitanud.

Kas keegi lisaks kahele inimesele valis selle veel end 10 hulka?

Teised: Ei valinud.

Maris, aga äkki sa palun selgitaksid, miks sa selle esimeseks valisid.

N47: Intrigeeriv pealkiri. Ja erialaselt ka huvitab, et miks üks reklaam nii šokeeriv on.

N55: Minu jaoks ka oli põnev. Ja tekitas selles mõtte huvi, et mis selles reklaamis sai niisugust olla. Põnevuse asi.

Kas just see, et keegi end poolsurnuks ehmatas?

N55: Jah, just see ongi siuke tõmbamise pealkiri hästi. Aga mis siis. Tekkis huvi. Ise ma pepsit üldse ei joo, ja ei tea sellest midagi. Aga kui midagi ehmatab kellegi poolsurnuks, siis hakkab huvi tekkima.

Olgu. Maris, mille sa teiseks märkisid?

N47: Teine oli see, et Urve Palo võiks Savisaare pea kohal vihmavarju hoida. Selle ma valisin sellepärast, et tundus selline naistevaenulik.

Sa tundsid end veidi puudutatuna?

N47: Ma ei tea, kas seda just. Ma ilmselt eeldasin seda, et artiklis tuleb midagi sellist välja, et naispoliitik on loll. Savisaar ikka ka mõjutas.

Et see nimi tekitas põnevust?

N47: Jah, ikka.

Kas kellelgi oli veel see 10 hulgas?

Ei.

Lähme edasi. N54, mis teil esimene oli?

N54: Minul oli esimene see, et valitsusliit tõstab esimese ja teise lapse toetuse 45 eurole.

Miks selle esimeseks valisite?

N54: sest mul on kaks alaealist last, kelle pealt ma saaksin seda toetust. Et kui ma praegu saan 38 eurot, siis hakkab saama 90.

N63: mul täpselt sama. Mul küll väikeseid lapsi pole, aga üks pisike pudin on. Ja kui tema ükskord sinna jõuab, siis saab ka rohkem. Mul oli ka see esimene.

Kas kellelgi oli veel see kümne hulgas?

N62: minul on ka kaks lapselast. Laste peale mõtlesin kohe. Esimene koht.

Aga mis teil näiteks teine on?

N54: minul oli, et Moskva väljendas muret Eestis elavate venelaste pärast.

Kas te palun selgitakse seda valikut?

N54: üldiselt mul on poliitikast siiber, aga Eesti asjad on kõik.

2N55: Mul oli ka see kümne hulgas, et just, mida nad nüüd välja mõtlesid. Et mis nad nüüd konkreetselt ütlevad.

N54: Jah, et kui ma oleksin lugenud või seda pealkirja näinud, siis ma oleksin kindlasti lugenud. Ma rohkem ei oskagi kommenteerida. Nende teiste pealkirjadega, mis olid sellised Vene ja Ukraina kriisiga, ei tõmbanud nii tugevasti kui just see.

Kas sellepärast, et seal oli mainitud Eestit?

N54: Just.

Kellel veel see pealkiri oli?

2N55: Minul oli see teine.

N47: minul oli kaheksas.

Miks te selle teiseks valisite?

2N55: Ma ei tea, Eestis on ju niivõrd palju venelasi ja omal kontakt vene inimestega, nii et miks mitte lugeda seda uudist, et mis siis toimub.

Kui näiteks oleks eelmine aasta samal ajal see uudis olnud, kas siis oleks ka teid huvitanud või kas võib Ukraina kriis ka te valikut mõjutada?

2N55: Kindlasti natuke mõjutab, jah. Ma arvan, et oleksin klõpsanud seal peal, jah.

Kas kellelgi oli see veel valitud kümne hulka? Aga lähme edasi. Mis teie esimeseks valisite?

M62: Jah, minul on esimene see, et Eerik-Niiles Kross võrdles Putini kõnet ja Hitleri kõnesid ja teine on number 23 – Rein Taagepera: Putin kaotab mida enam võidab. Vaatasin siis, et mispärast neid valisin. Ilmselt sellepärast, et Ukraina teema on selline aktuaalne ja seal on nüüd vaja ka mingisugust valikuid teha mingite printsiipide järgi. Ja ma eeldan seda, teades neid autoreid lähemalt, et seda teemat käsitletakse natuke põhjalikumalt. Ja nii ta on. Võib-olla siis ka see annaks endale üldhariduslikku aspekti juurde selle teema peale vaatamisel.

Ma saan aru, et teid mõjutas valikul see, et pealkirjas oli kõneleja olemas? Et inimene kellest te lugu peate..

M62: Jah, see on nüüd ka, võib-olla see on number kahe koha peal, aga teema ise, Putini kõne ja Hitleri kõned, see on miski üldhariv värk, mida ise tead, ja loed tegelikult seda. Ja sooviks, et ka teised selles võtmes aru saaksid, et ajalugu kordub. Kui ma seda tean, aga ikka loen seda, rõõm on tuttavat asja lugeda. Teine on siis Rein Taagepera: Putin kaotab, mida enam võidab, et ilmselt võidab palju lahinguid ja lõppkokkuvõttes kaotab sõja.

Kas kellelgi oli veel kumbki neist kümne hulgas?

N56: Taagepera oli mul teine.

N55: Mul seitsmes.

Kas te selgitaksite palun, miks sellel klikiksite.

N56: Tegelikult ongi mul siin see suunitlus, et oleks vaja pilt ette saada, mis targemad inimesed asjast arvavad.

Aga kas teid Taagepera seal pealkirjas ka mõjutab?

N56: Ei, ma arvan, et see Taagepera pole siin kõige olulisem, aga ma lihtsalt arvan, et ta teab enam-vähem mida ta räägib.

M62: Ta on selline analüüsivõimeline, ükskõik, kas sa seda akspeteerid või mitte. Muud asjad on üldiselt sellised fakti esitamised.

Ja teil oli ka see pealkiri kümne hulgas?

N55: Jah, seitsmes.

Ja miks ta teile silma paistis?

N55: Ta on kuidagi selline.. kui ma üldse vaatan, siis nagu need plokid tekivad, siis ta on seal plokis, mis puudutab kuidagi Venemaad. Mul on need ka 9., 8. Ja 6., need on kõik kuidagi seotud Venemaa teemaga.

Meil on 50 hulgas päris palju Venemaaga seotud pealkirju, miks just need teie tähelepanu köitsid?

N55: Ma ei tea. Ma arvan, et mulle ikkagi meeldis see vastuolu, mis selles pealkirjas on. See nagu tekitas põnevust.

Kas kellelgi oli ka see Krossi pealkiri kümne hulgas? Kui ei, siis liigume edasi.

2N55: Number 1 minul oli, nüüd on kõik võim paigas, aga kui oleks see hetk, siis mina vaataksin seda esimesena, et võimuliit leppis kokku minitrikohtade jaotuses. Oleneb ajast, praegu me juba muidugi teame, aga sel hetkel oleks pannud selle esimeseks. Ma tahan teada, et mis ministrid mis koha peal on. Et mis jaotus.

N55: Minul on see viies.

N63: Mul seitsmes.

N56: Mul üheksas.

2N55: et praegu me muidugi teame, eks. Aga sel hetkel, kui ma loen internetist, siis ma mõtleks küll, et ohoh, võimuliit leppis kokku, vot siis klõpsan seal peal ja vaatan, mis ministrid mis koha peale saavad.

Aga kas te oskate äkki veel selgitada, et mille alusel valiksite. Kas pigem see, kuidas pealkiri on esitatud või lihtsalt isiklik huvi?

2N55: Ma arvan, et lihtsalt huvi, et kes siis ministriks saab.

N56: Eks me ka sõltu natuke sellest, kes meie minister on.

2N55: Praegu mind muidugi enam ei huvitas. Aga kui sel hetkel olen internetis, siis vaataks küll.

Kas te olete muidu ka poliitikahuviline?

2N55: Ei, lihtsalt, ma arvan, et lihtsalt huvitab, kes siis saab..

N56: Jah, ma arvan, et siseministrist sõltub palju. Ta on meie otsene ülemus.

Kas teistel oli ka see kümne hulgas?

N55: Jah, mul oli, ja see pealkiri meeldib mulle ka väga, et on selline väga selge värk. Võimuliit leppis kokku. Tean, et see on see, seal ei ole mingit arutamist, keegi ei kemple. Nüüd on kõik paigas ja nüüd võtan selle ka lugeda. Eksju kunagi kui oleks kembelnud, siis võib-olla poleks viitsinud lugeda. Aga nüüd on paigas ja nüüd ma tahan küll lugeda, kes ministrid on.

Teile meeldivad siis pealkirjad, kus on selgelt asi välja öeldud?

N55: Just, kus on selge lause, kus ei ole mingiusgune värk, et loen artikli läbi ja ei saanud teada seda, mida pealkiri ütles, vaid sain hoopis midagi muud. Või siis, kui on pandud mingi kaval vastuolu, nagu oli siin see, et kaotab-võidab. Või nagu see pepsi reklaam, natuke selline põnevust tekitav pealkiri on ka hea. Muidu üldiselt vaatasin, et selge lause, ütleb kõik ära.

Aga kuidas teistega on, kas teile meeldib pealkiri kus on kõik ära öeldud, näiteks et täna tuleb ilus ilm või selline, kus on midagi varjatuks jäetud?

N47: Ma pigem klikin neil, kus ei ole kõik välja öeldud, aga pärast ma olen vihane enda peale, sest ma ei leidnud sealt seda, mida lootsin.

Kui tihti teistel sellist olukorda on?

N56: Tihti, see tekitab masendust. Tühjus tekitab masendust.

2N55: Jah, et raiskasid aega.

N54: Pigem peab pealkirjast aru saama, millega tegu.

Aga lähme edasi. Mis teil teine oli?

2N55: Teine oli mul see, et Moskva väljendas muret. Kolmas on see, et viis toitu, mis hoiavad igavesti noorena.

N56: Minul oli ka.

2N55: Jah, sest tahaks nagu teada, kuidas igavesti noor olla ja näha, mis need viis toitu ikka on.

N56: Muidugi, ja katsetada. Unistama peab ju. Mul neljas see viis toitu. Mida ma veel ei tea, kas aeg on mööda läinud või ei.

N47: Tegelikult see tõmbas kohe mu tähelepanu, aga 10ndaks ma panin selle seepärast, et ma kartsin kohe, et see on selline uudis, et ma klikin selle peal ja loen seda ja pärast olen pettunud. Aga iseenesest pealkiri tundus huvitav.

Aga eks selles pealkirjas ole ka päris palju lahtiseks jäetud..

2N55: No on ja, aga ikkagi sa saad teada. Loodad.

N56: Jah, see on täiesti kindel, et seal on viis toitu.

Et te loeksite seda sellepärast, et sealt mingit isiklikku kasu saada?

2N55: Ikka.

N56: Loomulikult.

Aga lähme siis edasi. Mis teil on eesotsas?

N62: Mina panin kõige esimeseks selle, et sanktsioonidega karistatud Sevastopoli linnapea müüb Tallinnas elektroonikat.

Miks te selle valisite?

N62: Lihtsalt see on selline pealkiri, et tahaks nagu natuke rohkem teada. Miks ta siin müüb, et mis selle taga nagu on. Natuke kummaline, et mi põhjusel ta seda siis siin müüb, natuke tekitab teiste pealkirjade seas erilist huvi.

Kas kellelgi oli see veel kümne hulgas?

2N55: Jah, mul oli see üheksas..

N62: Ja teine oli mul see lapsetoetus.

Olgu, liigume edasi.

N56: Minul on esimene see, et vaata kui palju Euroopa riigid Venemaast sõltuvad. Sellepärast et kogu aeg käib mingi häma, et kõik tulevad kõigile appi ja rakendatatakse midagi Venemaa ülbuse suhtes, aga tegelikult ei tehta midagi. Et äkki on mingid majanduslikult kindlad arvud, et endal pilti ette saada. Mis selle Saksa ja Prantusmaa relva tehinguga on ja nii edasi. Lihtsalt et endal pilti ette saada hetkeolukorrast.

Kellel see veel oli?

N62: Mul oli see viies. No ikka tahan rohkem teada rohkem sellest.

N54: Minul on ka kolmas.

N55: Minul on kuues.

Ja miks?

N54: No just, et kas me oleme siis tõesti nii sõltuvuses, et kuidagi Venemaata ei saa.

N55: Minu arust ka, et kuna see pealkiri ütleb, et vaata, kui palju sõltuvad, siis mul on tõesti usk, et saan mingi mõõdiku või mingisuguse pildi. Et vaata ja lubatakse.

Ja mis teil teine pealkiri oli?

N56: Teine on mul see, et Putin kaotab mida enam võidab. Sellest me juba räägime. Kolmas on see politoloogi tsitaat, et on saanud Venemaalt signaale, et Baltimaad võivad olla järgmised.

Aga räägime natuke sellest pealkirjast, et miks te selle valisite?

N56: Ilmselt ellepärat, et kuulsin üsna hiljuti raadisot oli peaministri nõunikuga intervjuu. Ta rääkis kolmest Venemaa doktriinist ja tahtsin lugeda, et mida siis konkreetset inimesed on kokku võtnud nendest raamatutest.

Kas kellelgi oli veel see kümne hulgas?

N55: Mul oli see suisa esimene. Mulle meeldib teada, mida politoloogid räägivad. Kui nad on ikka poliitikateadlased ja ikagi see, kui ma loen, et Venemaalt tuleb signaale, et Baltimaad on ohus, siis minu jaoks on see selgelt suur eksistentsi küsimus, et see on teema poolest kindlasti väga oluline. Ja kui on juba signaalid, siis ma ei oska öelda, kuidas selle pealkirja. Ma arvan, et see politoloog meeldib mulle siin ees.

N62: jah, ma ühtin ka sellega. Et ikka teada saada, kui suur oht on ja.

N55: Ja siis teine mul on viis toitu ja kolmas, et teadlased avastasid pudru tervendava võime. Ma ei tea nüüd, kuidas pealkiri on kirjutatud, et kui palju see mõjutab. Ma lihtsalt tunnen väga palju alternatiivmeditsiini ja toidutegemise vastu huvi, siis ma arvan, et sisu mõttes need läksid mulle korda. Aga mulle meeldib ka see, et pealkiri – teadlased avastasid pudru tervendava võime – on jällegi väga konkreetne. Selge, järelikult saan mina ka teada.

N56: Jah, minul on see kuues. Täpselt sama asi.

Ja siis teie, mis teil esimene-teine olid?

N63: Nendest on juba räägitud. Esimene oli lapsetoetuse ja teine , et Suubritannia pakub Baltikumi õhuruumi täiendavak turvamiseks hävitajaid.

Sellest me polegi veel rääkinud. Miks te selle pealkirja valisite?

N63: No ma tahan ikka teada, kas meid kaitstakse või ei kaitsta, kas ikka tulevad meile appi, kui vaja on, et mis siis ees on.

Kas keegi veel selle valis? Mis teil näiteks kolmas oli?

N63: Kolmas on see, et USA kaalub vägede saatmist Balti regiooni.

N55: Mul on kaheksas.

Ja miks?

N63: Põhjus on ikka sama, et ma saaks teada, mida nad teevad, et me oleks ikka kaitstud igast otsast.

N55: Ma nagu ei teagi. Jäi kuidagi kuuendast kuni kaheksandani need Ukraina teemad. Küllap ikka kuidagi see teema kõnetab. Vaatan ka praegu samas, et neli nendest on kaksikpunktiga, et keegi ütles. Ma ei tea, kas siin on kuidagi nii, ma ei ole teadlik, kas see mõjutab. Võib-olla mõjutab.

Aga aitäh, teeks nüüd ühe ringi veel ja palun teil kõigil kokku võtta, et kui vaatate neile kümnele pealkirjale veel korra peale, et mille alusel te need kümme 50 hulgast valisite. Et mis teid selle valiku tegemisel kõige rohkem mõjutas? Praegu rääkisime igast pealkirjast eraldi, aga äkki oskate veel neid kümnet kuidagi kokku võtta. Ja alustame jälle Marisest.

N47: Teema ma arvan ikka, mis see sisu võib olla, sisu huvitas rohkem kui pealkiri ise. Enamasti ikka üldine huvi.

N54: No ma ei tea, mul need esimesed viis on ikka väga poliitikaga seotud., hetkeolukord. Mina kui spordihuviline, siis viimased on mul sporditeemad, Schumacheri tervis ja nii edasi.

Aga millised sporditeemad teid huvitasid siis?

N62: Eesti suusatajate verenäidud.

N54: Michael Schumacheri elus on täna väga oluline päev. Mind kohe huvitas miks.

2N55: Minul oli ka see Schumacher.

N63: Norra sportlased ka eks.

Aga miks te Schumacheri pealkirja valisite?

N54: No ma olen nagu kogu aeg hoidnud silma peal, noh, ja nüüd on jälle muutus paremuse poole.

N62: Absoluutselt. Kogu aeg saab ikka uuritud ja loetud.

N54: Ja siis dopinguteema ka ikka.

N56: Jah, minul ka see Norra doping, et Eesti dopingut nagu ei taha enam lugeda, et tekib masendus. Loeks siis pigem Norra dopingut, et parem väike kahjurõõm.

N63: Jah, täpselt.

Et te valisite siis pigem Norra dopingu kui Eesti dopingu?

N56: Mina küll.

N63: Mina ka.

N54: Jah, et loeks, et näe, teised ka patustavad.

N56: Jah, seda Eesti jahu on juba liiga palju olnud ümber selle Eesti dopingu.

N62: Mina ka sellepärast valisin, et Norra on kogu aeg toonitanud, et nemad on nii puhtad ja eestlaste tulemused ei saa eales nii head olla. Meie usume, et meie sportlased ikka ei kasuta dopingut.

Aga liigume edasi. Mille alusel teie oma valiku tegite?

M62: Ahaa, see 10 pealkirja jaguneb viieks plokiks. Esimesest me rääkisime, üldine mis värk on. 3-4 on selline, mis püüab konstateerida seda, et kui asi juba on johtunud, mis siis see järelkaja on – kolmas on, et krimmi jagatakse sõjasaaki ja neljas, et Vene asepeaminister heitis USA sanktsioonide üle nalja. See on teine plokk. Ja siis 5-6 on, see on siuke olmeplukk – poemüüja laskis Lasnamäel röövli maha ja kuues, et autoremont – kas pettus või äri. Noh, üks on mingisugune action ja teine asi, et kuidas autoremont tegelikult on. Neljas plokk on sii s7-8, noh jälle poliitika, Clitoni ettekääne, siin midagi väga uut pole. Kaheksas on Postimees Poolas: Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees. 9-10 on, see on jälle Vene väed tungisid soomukiga Belbeki ja 10. Et Vene diplomaat nõuab mittekodanikega tegelemist.

Aga näiteks pealkiri, et poemüüja laskis Lasnamäel röövli maha – kellel veel see oli kümne hulgas?

N62: Mul oli üheksas.

N47: Mul kolmas, sest tavaliselt ma kujutaks vastupidist olukorda ette, et röövel laseb poemüüja maha.

N62: Jah, täpselt sama. Esimene asi, mis kohe peast läbi käis.

Kas teil mängis ka selline vastandus rolli?

M62: ma ei tea, kas selline vastandus nüüd ka, aga pigem selline uudne moment, et vaata, keegi suutis sedapidi toimida. See on nagu uudsus rohkem.

Kas kellelgi see autoremont – kas pettus või äri oli ka kümne hulgas?

N56: Ei olnud.

Lähme edasi. Kui rääkida üldiselt, siis mille alusel need kümme pealkirja võisid teie valikusse sattuda?

2N55: Mina ei tea, lihtsalt, kuidas pealkiri tõmbas, nii panin. Poliitika panin suht kõrvale, sest ei taha seda politikat enam. Aga midagi ma ikka panin, seda praegust teemat ka. Üldiselt mul ei ole kindlat asja, mille alusel valin. Lihtsalt sel hetkel, mis mulle tundub huvitav ja see on lihtsalt hetke asi, et tahan nüüd midagi teada saada.

Aga kas teil on kümne hulgas veel mõni selline pealkiri, millest me pole rääkinud?

2N55: Aa, mina panin veel selle, et Soomes uppus üle parda kukkunud eestlane.

Miks te selle valisite?

2N55: Tahtsin teada, et kes see nüüd siis on ja mis värk on, et kas oli jälle purjus või kes see on, äkki oli mõni tuttav. Ei olnud nagu kuulnud ka seda.

N54: minul oli jälle see, et Eesti autovargad kiusasid Stockholmi rikkaid. Mind oleks erutanud, kui eestlased kuskil pätti teevad.

2N55: Aa, ja siis kümnendaks on mul veel pandud, kuigi see Eestit ei puuduta, aga millegipärast ma tundsin huvi, et Postimees Poolas: Leedu ja Läti seisavad tõsise küsimuse ees. Et mis see tõsine küsimus nüüd siis on. Ma nii tahtsin teada. Vot see pealkiri on selline, et ei tea ju.

N56: Intrigeeriv, jah.

Aga siis võime edasi minna. Kas tei võiksite palun välja tuua, et mille alusel te need 10 valisite?

N62: Jah, ma olen tugev tugitoolisportlane, siis mul osa on spordist – Schumacher ja doping – siis osa on kindlasti mõjutab hetkeolukord, poliitiline ja sõjaline. Ja ma ei ole kuulnud, et kellelgi oleks läbi käinud, aga mul oli kümnes see, et Savisaar sõidab Moskvasse. Seda ma ikkagi tahtsin teada, et miks ta sinna sõidab. Huvi tekkis.

Kas kellelgi oli veel see?

N55: Ei olnud.

N54: Savisaar on juba ära tüüdanud oma vene lembusega. Ei viitsi enam lugeda.

Lähme jälle edasi.

N56: Minul on ka nagu plokid. Neljane plokk on päevapoliitika. Need on siuksed konkreetseid asjad, mul on alati vaja konkreetset pilti ette saada asjadest, niimoodi väljastpoolt sissepool tultes. Siis mul on ka sporti kaks, Norra dopinguteema ja Baruto suurt konkurenti tabas eestlaste saatus. Et Barutost me oleme kuulnud küll, aga sisuliselt väga midagi ei tea. Et ma tahtsin teada saada, et mis seosed on Barutoga ja nii edasi. Siis kaks on mul täiesti toredat isilikku huvi, viis toitu et noor olla ja pudru tervendav võime. Ja siis on mul veel uudishimu ja natuke selliseid seoseid ka – see pildid: rängas avariis Piibe maanteel hukkus kolm inimest. Need olid mu poja koolikaalsased, sellepärast ma ilmselt olin huvitatud sellest. Ja siis oli mul veel Swedbank loobub raha-sisse automaatidest. Seda kahel põhjusel, et tore ja mugav värk ja mis ajast seda enam kasutada ei saa. Ja teine, et huvitav, kas sealt kuskilt kumab, et Swedbank on kehvast seisusest. Et ei jõua neid üleval pidada.

Kas keegi valis veel esimese pealkirja, selle avarii, kümne hulka?

N47: Ei taha vaadata selliseid.

N62: Minul on kolmas. Ikkagi kui on selline ohvriterohke avarii, siis ikka vaatan, et kes ja miks. Huvitav on.

N55: Mina siin mõtlen hetkel, et ma olen õppinud, et 90 protsenti inimese käitumisest on alateadlik. Me ei tea, miks me tegelikult valikuid teeme. Kui räägime nüüd sellest 10st, siis tegelikult on igasuguste uudiste valikuga seotud see, et siin mängib rolli et kuna mul mängib raadio tauststaks ja kui ma järgmisel päeval võtan lehe, siis need asjad, millest ma aan pealkirjade järgi aru, et seda ma tean, siis ma neid ei loe. Üritan hoida nii vähe aega lugemise peale kui võimalik. Ma arvan, et ma teen valiku ikka selle järgi, et mis täna siin praegu sel hetkel mulle pakub huvi. Eksju. See võib olla see, et hetkel võib olla seotud minu endaga, minu riigiga, minu lähdestega. Et ühiskondlikku mõttes midagi on minu jaoks oluline. Ja kui on töö või erialaga seotud, siis muidugi valin selle. Teadlik osa minust ütleb, et see, kuidas pealkiri on koostatud, mind ei mõjuta. Aga seal on ilmselt mõned asjad, mis on mitteteadlikud. Mina usun küll seda. Mõnikord kui olen kuskil portaalis, siis vahetavahel kui on mõni artikkel kogunud palju kommentaar, võrreldes teistega oluliselt rohkem, siis ma vaatan ka.

N47: ma vaatan ka kommentaaride järgi.

N55: Tervikuna ma üritan hoida seda uudistemahtu mõistlikes piires, ma ei lase endal tervet päeva ära võtta selletõttu. Töö ei nõua ka, et peaksin päris kõigega kursis olema. Ma arvan, et ka see on mõjutanud.

Ja siis, nüüd te saate lõpetada.

N63: Minul on kaks teemat – Eesti kaitse ja sportlased. Ei oskagi öelda, miks ma need valisin.

N55: Sest need puudutavad sind.

N63: Jah, tõesti. Mis puudutab sportlasi, siis ma olen kogu aeg mingil moel lugenud ja kaasa elanud. Aga siis mul on kümnes pealkiri selline huvitav, mida täna pole veel olnud – kus valmivad seriaalid tegelikult.

N47: Jaa, minul ka.

N63: Ma olen nii suur seriaalide fänn, tegelikult ei saa salata. Tegelikult ma ei okagi öelda millepärast, aga see on niukene pealkiri, et oleksin kohe tahtnud lugeda.

N47: Mul oli neljas. See on selline küsimu tõstatatud, et ega ma ju ei tea. Tahaks ju teada.

N63: Tegelikult on see ju põnev.

N55: Mul on üks mõte veel, mille ma unustasin öelda. Et ma praegu mõtlen siin, et millal ma nagu käin kuskil portaali lugema. Mul on sellin tunne, et kui mul on aega, et teen aega parajaks, siis ma maandun sellistel põnevamatel ja intrigeerivatel pealkirjadel, aga kui mul on nagu ratsionaalne kiiresti vaja infot, siis ma võtan kindlasti sellise, mis pakub huvi ja on väga konkreetne, et saan pealkirja järgi kohe aru, mis seal on. Ma arvan, et see erinevus on ka.

Kas keegi soovib veel midagi lisada?

N56: Ma üldiselt hoian kõrvale igasugustest tüli ülekiskumistest ja masendavatet asjadest, kohe teadlikult. Kui ma toon siin kohaliku lehe peal näiteid ja kui ma näen, et kusagil on mingi pikem juhtkiri või artikkel, kus on ilmselgelt näha, et hakkab mingi mahapidamise värk, siis ma ei viitsi.

N55: Tarand ja Savisaar näiteks. Ma panen kohe kõrvale selle, sest ma lihtsalt ei viitsi.

N56: Ma ei loe neid, ma ei taha rohkem negatiivset emotsiooni. Seda tekib niigi.

Huvitav, mulle just tundub, et kõik tahavad Savisaarest lugeda..

N56: tegelikult on see tüütu ja ei viitsi lugeda seda. Ja ka kohalikul tasandil n-ö Savisaarte võitlust ei viitsi ma lugeda. Ma pigem hoidun sellest, sest ma ei taha oma päeva risustada sellega.

N54: Jah, kui mulle ikka ei meeldi mingi inimene, siis ma ei loe ka seda.

N63: ta ei kutsugi lugema.

M62: Siin on üks huvitav moment, mis ma olen tähele pannud. Et kui ma vaatan pealkirja, siis ma hakkan juba eelnevalt kujundama suhtumist a'la kas ma saan sealt, mida ma tahaksin või mida pealkiri eeldab varasemate kogemuste pealt. Teine moment on see, et vaatan autorit või isegi ajakirjanikku, kui ta ajab mingit üldist mula või on osav pealkirja osas, aga sisu jääb napiks. Et nagu kogemused, selline eeltunnetuslik mäng ka natukene. Et see on eelnevate kogemuste pealt.

Kas teistel on ka nii?

N56: Jah, muidugi.

N47: See eeldamine, näiteks see Urve Palo ja Savisaar ja vihmavari. Selle artikliga ma ka kohe eeldasin, et mis seal kirjas võib olla, aga ma tahtsin kindel olla ja sellepärast ta oli mul teine.

N55: Vahel annab pealkiri kohe signaali, et see on müügiks, siis pole lugeda mõtet.

M62: See kommentaaride arv on jah infoallikas, kui palju seal on, siis on rahvale huvipakkuv, sealt pealt võib veel edasi minna. Aga üldiselt selle infosõjas risustatakse ikka tohutult ja sellepärast mulle need esimesed kaks, kus ma sain info enamvähem kätte, et on mingi analüütiline värk, et sellepärast eelistasin.

N56: Jah, mina ka. Et kuna ma pean iga päev nii palju lugemea ja pikkadest tekstidest välja võtma lihtlauseid, siis ma eelistangi selliseid asju.

Aga selge. Suur aitäh teile. Ja nüüd ma paluksin, et te need ankeedid, mis teil ees on, ka veel kiirelt ära täidaksite.

Respondendid täidavat ankeete.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Helen Mihelson

(sünnikuupäev: 12.02.1990)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

„Pealkirja roll lugeja tähelepanu äratamisel Postimees.ee näitel“, mille juhendaja on Marju Himma-Kadakas,

1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus 26.05.2014